



Universidad **Mariana**

Fortalecimiento de los procesos de comunicación interna y externa de la Revista *Cítrico* del
Programa de Comunicación Social - Universidad Mariana

Juliana Vanessa Burbano Arciniegas

Universidad Mariana

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales

Programa de Comunicación Social

San Juan de Pasto

2024

Fortalecimiento de los procesos de comunicación interna y externa de la Revista *Cítrico* del
Programa de Comunicación Social - Universidad Mariana

Juliana Vanessa Burbano Arciniegas

Informe de investigación para optar al título de Comunicadora Social

Mg. John Carlos Gómez Granja

Asesor

Universidad Mariana

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales

Programa de Comunicación Social

San Juan de Pasto

2024

Artículo 71: los conceptos, afirmaciones y opiniones emitidos en el Trabajo de Grado son responsabilidad única y exclusiva del (los) Educando (s)

Reglamento de Investigaciones y Publicaciones, 2007

Universidad Mariana

Contenido

Introducción	10
1. Resumen del proyecto	12
1.1. Tema	12
1.2. Línea de investigación	12
1.3. Área	12
1.4. Eje temático	12
1.5. Modalidad	12
1.6. Planteamiento del problema	12
1.6.1 Descripción del problema	12
1.6.2 Formulación del problema	21
1.7. Objetivos	21
1.7.1. Objetivo general	21
1.7.2. Objetivos específicos	21
1.8. Justificación	22
1.9. Marco Referencial	24
1.9.1. Marco de Antecedentes	24
1.9.2. Marco Conceptual	39
1.9.3. Marco Teórico	46
1.9.4. Marco Legal	55
1.9.5. Marco Contextual	60
1.9.6. Marco Ético	70
1.11. Metodología de la investigación	72
1.11.1. Paradigma	72
1.11.2. Enfoque	73
1.11.3. Método	75
1.11.4. Tipo	76
1.11.5 Población y muestra / Unidad de trabajo y unidad de análisis	77
1.11.6. Técnicas e instrumentos de recolección de información	78
1.11.6.1. Entrevista semiestructurada	78
1.11.6.2. Encuesta	80
1.11.6.3. Perfil de Capacidad Interna - PCI	82
1.11.6.4. Grupo focal	84
1.11.6.5. Mesa Redonda	86
2. Presentación y discusión de resultados	89
2.1. Diagnóstico de los procesos de comunicación existentes, en relación con la selección y	

publicación de contenidos en la Revista Cítrico	91
2.1.1. Entrevistas a público interno	94
2.1.2. Encuestas a público externo	101
2.1.3. Perfil de Capacidad Interna (PCI)	111
2.1.3.1. Estructura organizacional	111
2.1.3.2. Toma de decisiones	117
2.1.3.3. Motivación del personal	117
2.1.3.4. Cultura organizacional.	118
2.1.3.5. Procesos de comunicación internos para la selección de contenidos	119
2.1.3.6. Planeación estratégica	119
2.1.4. Discusión de resultados (entrevista, encuesta y matriz PCI)	119
2.2. Establecimiento de la identidad conceptual necesaria para el oportuno mejoramiento de los procesos de comunicación de la Revista Cítrico.	122
2.2.1. ¿Quiénes somos?	124
2.2.2. Objetivos	124
2.2.3. Misión	125
2.2.4. Visión	125
2.2.5. Valores	126
2.2.6. Personalidad	127
2.2.7. Público objetivo	128
2.3. Diseño del Manual de Estilo para la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social	132
2.3.1. Ajustes generales	136
2.3.2. Ajustes para identidad conceptual	136
2.3.3. Ajustes para pautas generales	136
2.3.4. Ajustes para reglas editoriales	136
2.3.5. Ajustes para conflictos de intereses	137
2.3.6. Ajustes para derechos de autor	137
3. Conclusiones	137
4. Recomendaciones	140
Bibliografía	142
Anexos	151

Índice de Tablas

Tabla 1. Instituciones de Educación Superior con Oferta en el Departamento.....	60
---	----

Índice de Figuras

Figura 1. Primer logo oficial de la Revista Cítrico	13
Figura 2. Logo oficial de la Revista Cítrico - actual	14
Figura 3. Página oficial de la Revista Cítrico. Periodo 2022-1 a 2023-1	14
Figura 4. Equipo de trabajo oficial semestre 2023-1	15
Figura 5. Página oficial de la Revista Cítrico - Actualidad.....	16
Figura 6. Subportada del documento: Propuesta de Proyecto Revista Cítrico.....	18
Figura 7. Mapa del departamento de Nariño.....	58
Figura 8. San Juan de Pasto.....	59
Figura 9. Campus Universidad Mariana, Pasto.....	61
Figura 10. Mapa: Ubicación de la Campus Principal de la Universidad Mariana	62
Figura 11. Logo del Programa de Comunicación Social (azul), Universidad Mariana	63
Figura 12. Banner Revista Cítrico.....	64
Figura 13. Página de Instagram de Revista Cítrico	67
Figura 14. Resumen entrevistas semiestructuradas.....	99
Figura 15. Roles al momento de postular el contenido	102
Figura 16. Formato del producto postulado	103
Figura 17. Razones para postular el contenido	104
Figura 18. Conocimiento sobre los criterios de selección en la Revista Cítrico.....	105
Figura 19. Importancia de implementar un Manual de Estilo.....	106
Figura 20. Conocimiento sobre la identidad conceptual de la Revista Cítrico	107
Figura 21. Percepción sobre contenidos en relación con la identidad conceptual	108
Figura 22. Fragmento estructura organizacional - Matriz PCI.....	112
Figura 23. Propuesta organigrama Revista Cítrico	114
Figura 24. Resumen identidad conceptual	134

Índice de Anexos

Anexo A. Cronograma general de investigación	160
Anexo B. Matriz de categorización de objetivos	160
Anexo C. Formato de entrevista semiestructurada.....	164
Anexo D. Formato de encuesta	168
Anexo E. Matriz PCI.....	173
Anexo F. Formato entrevista grupo focal.....	175
Anexo G. Guía para la realización de la Mesa Redonda.....	178
Anexo H. Validación de instrumentos	180
Anexo I. Sistematización de entrevistas.....	181
Anexo J. Sistematización de Matriz PCI.....	256
Anexo K. Sistematización de Grupo Focal	257
Anexo L. Documento identidad conceptual	270
Anexo M. Manual de Estilo	278
Anexo N. Consentimiento informado para menores como colaboradores.....	319
Anexo O. Consentimiento informado para menores como fuentes de información	322

Introducción

En la actualidad, las revistas digitales se han convertido en plataformas de difusión, no solo de información, sino también de conocimiento y entretenimiento. La efectividad de sus publicaciones reside en su capacidad para establecer y mantener procesos de comunicación coherentes y eficientes, que no solo satisfagan las necesidades del público objetivo, sino que también evidencien la identidad editorial de la revista.

En este sentido, la construcción de procesos de comunicación efectivos se convierte en un punto de partida importante para los editores y gestores de contenido, quienes buscan generar impacto y mayor competitividad con su plataforma.

Por otra parte, la implementación de un manual de estilo se presenta como una herramienta indispensable en este proceso, proporcionando un marco normativo que ayuda a regular y estandarizar la comunicación de la revista digital. Este documento, establece directrices claras y precisas sobre aspectos lingüísticos, visuales y estructurales, que contribuyen a la cohesión y coherencia del contenido. Además, el manual de estilo actúa como un punto de referencia común para escritores, editores y diseñadores, facilitando la colaboración y garantizando que todas las contribuciones se alineen con la filosofía corporativa de la revista.

Fortalecimiento de los procesos de comunicación interna y externa de la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social - Universidad Mariana, se desarrolla como una propuesta de trabajo de grado para optar al título de Comunicador Social, cuyo eje temático central está en la comunicación corporativa.

Esta propuesta reconoce la importancia de construir procesos de comunicación en los medios con presencia en el entorno digital, específicamente revistas, con el objetivo de mejorar la eficiencia operativa y la coherencia en la comunicación.

El propósito es generar lineamientos que contribuyan en el fortalecimiento de aspectos tales como: la capacidad de adaptación, la colaboración y la gestión de crisis en las dinámicas del entorno digital actual, además de establecer criterios claros en la elección de contenidos para Cítrico, una revista digital perteneciente al Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana. Lo

anterior, contribuyendo a que la revista se constituya como un medio organizado, listo para generar nuevas estrategias orientadas al fortalecimiento de su imagen ante su audiencia.

Para lograr lo anterior, se requiere de la aplicación de instrumentos, por cada objetivo, que permitan conocer el estado actual de la Revista, establecer los lineamientos de comunicación acordes al objetivo de esta y, finalmente, el diseño de un manual de estilo.

A continuación, se presenta un resumen de la propuesta, que incluye una descripción detallada del problema, la formulación, la justificación y los objetivos que se buscan alcanzar al finalizar esta investigación.

Además, se podrán evidenciar los referentes y antecedentes que han servido como guía para la construcción de la idea de investigación, así como el marco teórico y conceptual que fundamenta el desarrollo del presente proyecto. Como parte del avance de este trabajo, se incluye el diseño metodológico, que abarca aspectos como el paradigma, el enfoque, el método y el tipo de investigación, permitiendo conocer los lineamientos bajo los cuales se elabora este trabajo. Asimismo, se detallan las técnicas e instrumentos que se utilizarán para acceder a información confiable y efectiva, garantizando una construcción sólida y transparente del proyecto.

Finalmente, se presentarán y discutirán los resultados obtenidos para cada uno de los objetivos específicos, junto con las técnicas e instrumentos empleados para la recolección de información. También se incluirán las conclusiones y recomendaciones derivadas de los hallazgos obtenidos durante el trabajo de campo.

1. Resumen del proyecto

1.1. Tema

Lineamientos de comunicación en revistas digitales

1.2. Línea de investigación

Comunicación estratégica y emprendimiento

1.3. Área

Comunicación estratégica

1.4. Eje temático

Comunicación corporativa

1.5. Modalidad

Monografía

1.6. Planteamiento del problema

1.6.1 Descripción del problema

Con el paso del tiempo, la comunicación digital se ha ido convirtiendo en un fenómeno activo en la sociedad contemporánea, transformando la manera en que las personas interactúan, obtienen información y participan en discusiones públicas.

Este cambio ha llevado consigo un crecimiento acelerado de plataformas digitales, entre las cuales las revistas digitales ocupan un lugar destacado.

Según el Portal de Estadística en línea alemán Statista (2023), entre los años 2013 y 2022, el consumo de revistas y periódicos digitales, en la Unión Europea incrementó aproximadamente en un 35,8%, concentrándose su mayor auge en el 2020. Así mismo, se indica que en el 2022 las revistas en formato digital tuvieron un total de aproximadamente 500 millones de lectores y se estima que para el año 2025, esta cifra ascienda a 600 millones de lectores en todo el mundo.

Ahora bien, la transición hacia el entorno digital ha generado nuevos desafíos y oportunidades, destacando la necesidad de establecer pautas claras y efectivas para garantizar la calidad y la coherencia en su comunicación.

En las dos últimas décadas, hemos asistido a una nueva forma de periodismo, que denominamos periodismo digital ... Este nuevo perfil de la prensa se define porque el soporte informativo son las nuevas tecnologías de la comunicación en toda su extensión. Internet y todas las posibilidades comunicativas que lo define, y la telefonía móvil de última generación, han permitido que la información llegue a los usuarios de manera rápida, eficaz y deslocalizada. (Ruíz, 2013, p. 1)

En este contexto, la implementación de lineamientos específicos para la comunicación en revistas digitales se termina convirtiendo en un elemento necesario. Lo anterior debido a que, estos lineamientos no solo buscan mantener altos estándares de calidad y ética en la información compartida, sino que también se adaptan a las dinámicas particulares del medio digital a tratar, sin perder el objetivo del mismo, gracias a la precisión en aspectos relacionados con la selección del contenido.

Al suroccidente de Colombia, más exactamente en la Cl 18 #34 - 104, Barrio Maridíaz, Pasto - Nariño, se encuentra el Programa de Comunicación Social, adscrito a la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Mariana.

Comunicación Social es una carrera de pregrado con más de 10 años de experiencia dedicándose a la formación de profesionales integrales en áreas como: Cambio Social, Comunicación Estratégica y Lenguajes y Medios. Pese a esto, no fue sino hasta el año 2018 en que un grupo de estudiantes consideró pertinente la implementación de un espacio de expresión universitaria que surgiera desde el interior del Programa.

Es así como nace 'Revista Cítrico', una plataforma que, según se describe en su página oficial, ha dejado de ser únicamente un espacio de expresión para los estudiantes, convirtiéndose en un medio digital sólido y convergente que le permite a estudiantes, egresados y educandos, difundir trabajo periodístico resultado de las clases.

Cítrico inicia como una idea presentada en un evento organizado por la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales llamado “Reflexionando las Disciplinas”, en donde, tras evaluar la viabilidad, bajo la dirección del docente Héctor Rosero, se permite la creación de la primera versión de un diseño a través de la plataforma para el desarrollo web Wix.

Una vez finalizado todo este proceso, se da paso a la primera publicación oficial en marzo del 2019, bajo el concepto “La experiencia de comunicar”.

Figura 1.

Primer logo oficial de la Revista Cítrico



Nota: Criollo, F. (2019). Propuesta de Proyecto Revista Cítrico. [Imagen]. Pasto, Colombia.

Tras ver el auge que estaba teniendo la revista, en aquel entonces con un diseño de página tipo blog, a finales del 2019 se paga el hosting y el dominio a Wix, para que la página pudiese empezar a figurar en los buscadores como revistacitrico.wixsite.com. También, a partir de este momento, se empieza a consolidar el comité editorial, conformado en aquel entonces por los docentes Felipe Criollo, Héctor Rosero, Christian Moreno, Andrés Mora y Carolina Revelo, quienes eran los encargados de proyectar la Revista, pero también de revisar los artículos postulados para su publicación, según señala el docente Felipe Criollo, quien ha sido miembro activo de la Revista desde sus inicios.

Para las primeras publicaciones, se acordó realizarlas de manera semestral con los mejores trabajos obtenidos durante el semestre. Esto se mantuvo así hasta mediados del año 2021, periodo en el cual el docente Juan Pinzón se vincula al proyecto y propone una transformación en el diseño de la plataforma que, por consiguiente, implicó una variación en la manera en cómo se abordaba la revista hasta ese momento.

Figura 2.

Logo oficial de la Revista Cítrico - actual



Nota: Revista Cítrico. (s.f.). Revista Cítrico. Sitio oficial. [Imagen]. Revista Cítrico. Pasto, Colombia. <https://revistacitrico.wixsite.com/my-site/about-1>

Figura 3.

Página oficial de la Revista Cítrico. Periodo 2022-1 a 2023-1



Nota: Revista Cítrico. (s.f.). Revista Cítrico. Sitio oficial. [Imagen]. Revista Cítrico. Pasto, Colombia. <https://revistacitrico.wixsite.com/my-site/about-1>

Fue así como, tras un largo proceso por parte del equipo de trabajo, la Revista fue transformándose poco a poco, pero sin perder su objetivo de difundir contenido creado por estudiantes, docentes y egresados del Programa.

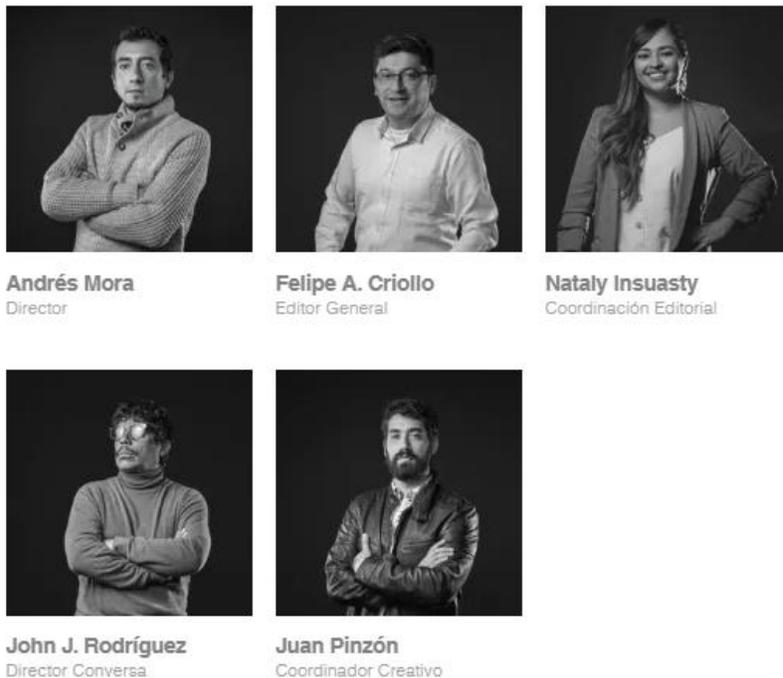
A mediados del primer semestre del 2023, se realizó el relanzamiento oficial, el cual incluía un nuevo diseño, pero, además, resaltaba un logro de la revista que fue conseguir el ISSN.

El ISSN es, según la página oficial del (International Standard Serial Number, s.f), “un código de 8 dígitos que sirven para identificar publicaciones periódicas y recursos continuos de toda clase y editada en cualquier soporte, ya sean impresos en papel o en formato digital”.

Adicionalmente, se realizó un reajuste en el equipo de trabajo, pasando a estar integrado por los docentes: Andrés Mora, Felipe Criollo, Nataly Insuasty, John Rodríguez y Juan Pinzón.

Figura 4.

Equipo de trabajo oficial semestre 2023-1



Nota: Revista Cítrico. (s.f.). Revista Cítrico. Sitio oficial. [Imagen]. Nuestro equipo. Pasto, Colombia. <https://revistacitrico.wixsite.com/my-site/about-1>

Para el segundo semestre del 2023, el docente Yubar Portilla, diseñador web, se vincula a la revista y se realiza la migración de la misma hacia una plataforma más completa, en donde, si bien se respetó el concepto, también se realizaron unos ajustes en el diseño, permitiendo tener una definición más precisa de las categorías y los respectivos formatos para el contenido publicado.

Figura 5.

Página oficial de la Revista Cítrico - Actualidad



Nota: Revista Cítrico. (s.f.). Revista Cítrico. Sitio oficial. [Imagen]. Revista Cítrico. Pasto, Colombia. <https://www.revistacitrico.com/>

Finalmente, a inicios del primer semestre de 2024, la profesora María Ángela Montenegro empieza a formar parte del equipo de Cítrico, convirtiéndose en la editora del mismo.

Actualmente, el equipo está conformado de la siguiente manera: Andrés Mora Rivera, director del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana y, por tanto, de la Revista Cítrico; Nataly Insuasti Sánchez, Coordinadora Ejecutiva; Juan Pinzón Escandón, Coordinador Creativo; John Jairo Rodríguez, Coordinador de Contenidos; Felipe Criollo Córdoba, Coordinador de Podcast; Yubar Portilla Benítez, Diseñador de Ux y María Ángela Montenegro, Editora. También es importante resaltar que, para el primer semestre de 2024, Daniela Meza, estudiante del Programa de Comunicación Social, se vinculó como practicante a la Revista, convirtiéndose en la encargada de apoyar el diseño de contenidos y la gestión de la red social de Cítrico en Instagram.

Cabe aclarar que, tras un acercamiento inicial, se conoció que no existe un organigrama fijo; es decir, los roles han ido variando en cada semestre académico con base en las nuevas necesidades de la Revista y las fortalezas de las personas que se van vinculando al equipo de trabajo.

Ahora bien, pese a la evolución de *Cítrico* frente a la claridad en los contenidos, el diseño y un equipo de trabajo consolidado en comparación con años anteriores, continúa existiendo una serie de problemáticas que fueron detectadas tras realizar un pre diagnóstico (entrevista a dos de los integrantes de la revista y 3 encuentros con el equipo editorial), que consisten en la necesidad de implementar una serie de lineamientos de comunicación específicos para la publicación de contenidos en la Revista, que puedan ser aplicados por sus integrantes en la selección oficial, para que exista precisión durante el proceso de publicación.

Así mismo, se espera que estos sean visibles ante los estudiantes, permitiéndoles tener claridad sobre los requisitos de la Revista y que, de esa manera, puedan postular o adaptar su contenido al formato de esta, si así lo desean.

Los lineamientos de Comunicación, según la Fundación Universitaria Cafam (2020), en el documento oficial de los lineamientos de comunicación, define a los mismos como aquellos que permiten establecer procesos de divulgación y socialización, oportuna y eficaz, de los objetivos institucionales, además de construir y gestionar las relaciones con los públicos de interés de la Institución.

En esta medida, la implementación de lineamientos en *Cítrico* se convierte en un elemento de gran relevancia, no solo para mantener la integridad informativa y la coherencia editorial, sino también para fortalecer la comunicación entre la revista y su audiencia específica.

La adaptación de las normas generales a las particularidades de una revista digital implica un análisis detenido de las necesidades y expectativas de los estudiantes, profesores y otros miembros de la comunidad académica que constituyen el público objetivo de '*Cítrico*' tanto a nivel interno como externo.

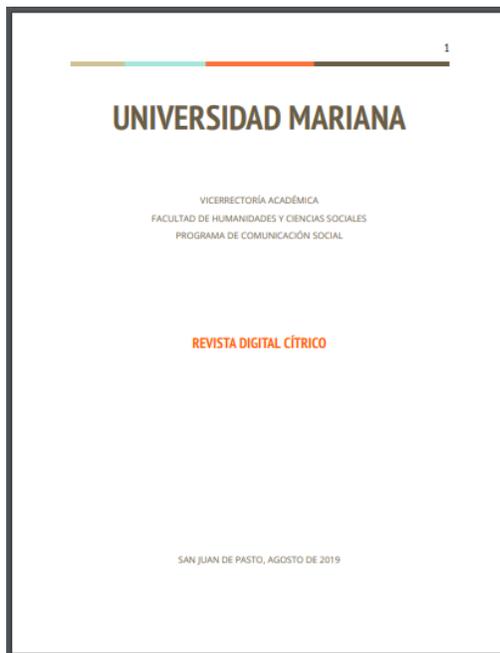
Por otro lado, durante el pre diagnóstico, se pudo evidenciar que, si bien cada uno de los integrantes del equipo de trabajo mantiene claro cuál es el objetivo de la Revista, carecen de un

documento oficial actualizado que contenga su identidad conceptual, lo cual ha dado paso para que se presenten ambigüedades frente al “¿quiénes somos?”, confundiéndose con aquello en lo que desean convertirse en un futuro y, por tanto, limitando la precisión en las acciones que se deben tomar en el presente sobre temas de Comunicación.

Es de vital importancia aclarar que, si bien existe un documento denominado “Propuesta de Proyecto Revista Cítrico”, el cual fue presentado en el 2019 ante la Vicerrectoría Académica de la Universidad Mariana y que contiene aspectos como: antecedentes, visión general, objetivos, misión, visión, esquema organizacional, funciones del equipo de trabajo, criterios para las publicaciones y esquema de la revista. Actualmente, el equipo editorial no está dando cumplimiento a lo descrito en este documento, puesto que ellos manifiestan que, si bien es un buen referente, este fue construido en los inicios de la Revista y, por tanto, teniendo en cuenta los cambios durante el proceso, es necesario construir un nuevo documento actualizado que evidencie el estado actual de la misma.

Figura 6.

Subportada del documento: Propuesta de Proyecto Revista Cítrico



Nota: Propuesta Revista Cítrico. (s.f.). Revista Cítrico. Documento Oficial. [Imagen]

En esta medida, con el presente Trabajo de Grado se pretende construir un proceso de comunicación, mediante la construcción de lineamientos para la publicación de contenido en la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, los cuales, tras la culminación del proceso de investigación, estarán plasmados en un Manual de Estilo que será entregado al equipo de trabajo para que, de manera libre y con base en sus requerimientos, puedan empezar a implementarlo en el momento que consideren necesario.

Así mismo, como parte de los objetivos específicos, se genera una propuesta de identidad conceptual que dé claridad sobre la identidad de la revista hoy en día y que permita establecer lineamientos de manera más clara, precisa y efectiva. Esta propuesta será construida tras un trabajo conjunto con el equipo editorial y estará supeditada a la toma de decisiones del mismo.

Ahora bien, es importante aclarar que este material se genera debido a la necesidad de tener claridad frente a la identidad de Cítrico para dar un cumplimiento óptimo al objetivo general; sin embargo, puede ser modificado por el equipo cuando se requiera, siempre y cuando no se altere la filosofía bajo la cual se fundamentan los lineamientos, en tanto se desee mantener la implementación del manual resultado de la presente investigación.

A partir de lo anterior, se puede decir que el trabajo investigativo sí contribuyó en el fortalecimiento de los procesos de comunicación internos y externos en relación con la selección y publicación de los contenidos propuestos a la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, gracias a la definición de lineamientos plasmados en el Manual de Estilo resultado del presente proyecto.

Así mismo, durante el proceso se determinaron otras debilidades que, tras aplicar las recomendaciones expuestas al final de este documento, podrán ser subsanadas, dándole a la Revista una mayor organización en sus procesos para garantizar el cumplimiento óptimo de sus objetivos.

1.6.2 Formulación del problema

¿Cómo contribuir al fortalecimiento de los procesos de comunicación de la Revista Cítrico del programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana - Pasto, mediante el establecimiento de lineamientos de comunicación orientados a la selección y publicación de contenidos?

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Contribuir al fortalecimiento de los procesos de comunicación de la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, a través del diseño de lineamientos que permitan la adecuada selección y publicación de contenidos.

1.7.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar los procesos de comunicación existentes, en relación con la selección y publicación de contenidos en la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana - Pasto.
- Establecer la identidad conceptual necesaria para el oportuno mejoramiento de los procesos de comunicación de la Revista Cítrico del programa de Comunicación Social, de la Universidad Mariana - Pasto.
- Diseñar el manual de estilo de la Revista Cítrico del programa de Comunicación Social, de la Universidad Mariana - Pasto.

1.8. Justificación

La transición de las revistas hacia un entorno digital marcó un cambio significativo en el mundo editorial. En este contexto, la necesidad de establecer lineamientos de comunicación se volvió de vital importancia para asegurar la calidad y coherencia de los contenidos compartidos.

El rápido avance de la tecnología y la globalización cultural actual, han transformado la dinámica de la comunicación, convirtiéndola en un aspecto de gran relevancia para posicionar una revista en su área de estudio y adaptarse a las cambiantes demandas de una audiencia diversa y dinámica.

(Salaverría, 2001, como se citó en Ruíz, s.f.) define a las nuevas formas de comunicación y periodismo "la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos" (p. 1).

La implementación de lineamientos claros no solo garantiza la coherencia editorial, sino que también contribuye a la construcción de una identidad sólida, además de permitir una gestión más eficiente de los procesos editoriales y una comunicación efectiva con los diversos actores involucrados, como autores, revisores y lectores. Al optimizar el flujo de información y mantener una línea editorial coherente, se fortalece la reputación y el impacto de la revista, asegurando su permanencia ante su público.

‘Cítrico’ es una revista digital universitaria que, durante los últimos 6 años, ha servido como plataforma de difusión y circulación de material producido por estudiantes, docentes y egresados, como parte de su formación académica.

Ahora bien, la selección de contenidos para la publicación dentro de la Revista, desde sus inicios, ha estado guiada bajo el criterio de los docentes encargados de cada área en donde surgen los trabajos periodísticos. Si bien actualmente existe un comité editorial mayormente estructurado, encargado de revisar el contenido antes de su publicación, durante los encuentros con el equipo editorial en los que se dan a conocer los trabajos que han sido enviados por estudiantes, docente y egresados a la Revista, se logró evidenciar que, la opinión frente a la calidad del material que llega a la revista y su respectiva selección continúa estando bajo el cargo de un solo integrante del Consejo Editorial, cuya fortaleza radica en el formato concerniente al trabajo postulado.

Como resultado del presente trabajo, se contribuye a que la decisión frente a la selección y publicación de contenidos no sea algo de carácter personal, sino que, permita que todos los elementos involucrados en la producción y difusión de contenidos estén alineados con el ser, quehacer y deber ser de la Revista.

Este enfoque, además, se proyecta hacia la interacción con la audiencia, asegurando una experiencia enriquecedora para sus usuarios, contribuyendo a que se genere un engagement con quienes acceden a la Revista.

Por otro lado, tal y como se mencionó en la descripción del problema, pese a que existe un antecedente de unos lineamientos ya establecidos, del año 2019, el desarrollo del presente proyecto resulta siendo innovador, puesto que, desde su reestructuración tanto a nivel de colaboradores como en el diseño de su plataforma, no se ha generado nuevamente un documento que dé claridad de la

identidad conceptual de la *Cítrico* ni tampoco que enmarque una ruta precisa de selección de contenidos en el presente, la cual, como resultado, otorgue claridad al Consejo Editorial, pero también a todos aquellos quienes desean ser partícipes de la Revista mediante sus productos, sobre lo que se debe tener en cuenta para que estos vayan acordes a la misión y los objetivos del medio.

Finalmente, se resalta que el presente proyecto sirve, no solo para la Revista, sino que, el trabajo investigativo en conjunto, también es una base conceptual y un referente para las futuras personas quienes deseen desarrollar sus trabajos académicos con *Cítrico* o proyectos de grado similares, brindándoles la posibilidad de orientarse en cuanto a la manera idónea de implementar las diferentes técnicas e instrumentos, que garanticen la construcción efectiva de lineamientos de comunicación en diferentes revistas/medios digitales, con necesidades similares a la Revista *Cítrico*.

1.9. Marco Referencial

1.9.1. Marco de Antecedentes

A continuación, se presentan los diferentes trabajos de grado, artículos, investigaciones, estudios y/o experiencias, que tienen relación con la presente propuesta y que, por tanto, sirven como referente para la construcción del proceso de investigación.

El orden destinado para los antecedentes es el siguiente: internacional, nacional y regional (Nariño).

Para iniciar, dentro del ámbito internacional se destacan ocho antecedentes, realizados principalmente en Latinoamérica.

El primer trabajo internacional se denomina *Propuesta de lineamientos de comunicación interna en un medio de comunicación televisivo para la construcción de cultura corporativa: caso de Panamericana Televisión en el Perú* y se trata de un trabajo de investigación realizado para por Posadas (2019) optar al título de Maestría en Comunicación Estratégica en las Organizaciones, de la Universidad de Piura, Lima, Perú.

El trabajo investigativo en mención consiste en la realización de diagnósticos, para la posterior construcción de propuestas de lineamientos que contribuyan a mejorar los aspectos problemas encontrados durante la investigación.

Inicialmente, el autor realizó un diagnóstico histórico de la cadena de televisión abierta peruana Panamericana Televisión, para conocer los antecedentes y facilitar el entendimiento de los procesos de comunicación que se han llevado a cabo al interior de la misma. Posteriormente, realizó un diagnóstico situacional interno del medio; para ello, recurrió al uso de técnicas de recolección de información como: entrevistas a profundidad, observación participante y no participante, así como también, el análisis documental de videos de programas emblemáticos y de ratings históricos y actuales, y finalmente una matriz DOFA.

Todo lo anterior como parte del proceso para determinar las necesidades y problemáticas de la organización en relación con su comunicación interna, que le permitiera al investigador, finalmente, establecer la propuesta de los lineamientos de comunicación, incluyendo la definición de aspectos como: misión, visión y estrategias internas que, tras su ejecución, contribuyan a un mayor acercamiento con los stakeholders o públicos de interés del medio Panamericana Televisión.

Ahora bien, este trabajo se relaciona con la presente propuesta, debido a que, previo a definir los lineamientos para la Revista Cítrico en relación con los criterios de selección de contenidos, se realiza un prediagnóstico que permite identificar los antecedentes históricos para conocer mejor a la Revista, sus inicios y su trayectoria, además de tener mayor claridad sobre las necesidades que tiene en relación con la comunicación. Así mismo, la aplicación de los instrumentos está determinada por un orden procesual, que le brinda a la investigadora, la posibilidad de diagnosticar la situación actual de los procesos de comunicación al interior de la revista, conocer las percepciones de las personas quienes han sido colaboradoras mediante sus trabajos periodísticos y, finalmente, generar propuestas orientadas tanto a la identidad conceptual, como a la precisión de lineamientos plasmados en un manual.

La segunda investigación como antecedente internacional se titula *Propuesta de lineamientos para una política de comunicación local de los Objetivos de Desarrollo del Milenio para las agencias de la Organización de las Naciones Unidas en Guatemala*. Un trabajo de grado realizado

por Lince (2015) para optar al título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Rafael Landívar en Guatemala.

Este trabajo surge a raíz de realizar un pre diagnóstico que le permitió a la investigadora conocer que no existía una política de comunicaciones para las Agencias de Naciones Unidas en Guatemala y, por tanto, los comunicadores no tenían claridad sobre los procesos de comunicación existentes al interior de estas.

Para su ejecución, implementó los siguientes instrumentos: entrevista, tabla de cotejo, un FODA y un cuadro comparativo. Como resultado de esto, se obtuvo una propuesta de lineamientos para la política de comunicación de los ODM en Guatemala, la cual, según Lince (2015), “fue oportuna tanto para el país y la misma organización, como para la implementación de futuras iniciativas de colaboración”. (p. 3).

Esta investigación se relaciona con el presente trabajo puesto que, es importante realizar un prediagnóstico de la situación actual de la comunicación en la organización a tratar. A raíz de los resultados obtenidos, se definen las necesidades de la misma y las prioridades con que deben ser atendidas. En el caso del trabajo referenciado, los hallazgos arrojaron la necesidad de establecer lineamientos de comunicación dentro de las ODM y, en el caso del presente proyecto, dicho análisis evidenció la necesidad de establecer lineamientos de comunicación estratégicos en relación con la selección de contenidos. De igual manera, las dos investigaciones demuestran que no importa el tipo de la organización, para que los aspectos mencionados sean de vital importancia para la efectividad dentro de sus procesos.

El tercer trabajo se denomina *Diseño de lineamientos estratégicos y comunicación digital para el posicionamiento institucional de la Universidad Estatal del Sur de Manabí*. Un proyecto de grado realizado por Parrales (2014) para la obtención del título Magíster en Administración de Empresas, de la Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.

Dentro de este trabajo, la investigadora aplicó una serie de técnicas e instrumentos, con el objetivo de realizar mejoras en la Universidad Estatal del Sur de Manabí, principalmente en relación a la imagen y posicionamiento en el mercado.

Lo anterior, debido a que, tal y como señala la autora en la contextualización del problema, tras una intervención por parte del Consejo Superior de Educación CES, la percepción que tenían los públicos objetivos sobre la institución se transformó en negativa, derivando una preocupación entre los estudiantes, quienes creían que existía la posibilidad de que la Universidad cerrara definitivamente.

En esta medida, la investigadora buscó implementar unos lineamientos de comunicación que permitieran contrarrestar los efectos negativos y posicionar nuevamente la imagen positiva entre el público.

Este estudio se ha propuesto cambiar significativamente este problema, mediante diferentes estrategias que ayudarán a posicionar en el mercado a la UNESUM, basadas en lineamientos estratégicos y comunicación digital, lineamientos que señalaran sistemáticamente los procesos y pasos a seguir por medio de la comunicación digital, la misma que por su diversidad de técnicas será la más eficiente estrategia para cambiar la imagen corporativa y lograr posicionar a la universidad en la mente misma de la ciudadanía y sobre todo de los estudiantes. (Parrales, 2014, p. 18).

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso puesto que, hoy en día, con la llegada y evolución de la tecnología, las prácticas comunicativas han ido evolucionando y la pertinencia de establecer lineamientos de comunicación han ido adquiriendo mayor relevancia dentro de las organizaciones. En el caso de la propuesta referenciada y la presente propuesta, si bien los lineamientos están orientados a procesos de comunicación diferentes, funcionan como una herramienta para garantizar la efectividad de los mismos. Adicionalmente, el proceso metodológico es similar y sus resultados dependen de la aplicación óptima de cada técnica e instrumento de recolección de información.

El cuarto antecedente internacional fue realizado por Cárdenas (2019) y se titula *Propuesta para la creación de lineamientos de comunicación interna en una empresa transnacional de tecnología: el caso de Teads en su operación Cono Sur (Argentina, Chile y Perú)*. Este es un trabajo realizado para optar al título de Magíster en Comunicación Estratégica, de la Universidad de Piura en Perú.

El trabajo de investigación analiza la comunicación interna de la Empresa Transnacional de Tecnología Teads en su operación Cono Sur (Argentina, Chile y Perú), en relación con las estrategias de comunicación y la cultura corporativa, con el objetivo de proponer la creación de lineamientos de comunicación interna, permitiéndole a los colaboradores realizar sus actividades en función de los objetivos de la empresa. Además, como resultado de la investigación se generó una cultura corporativa que le permite a la plataforma evidenciar la identidad conceptual de la misma.

Para el proceso de aplicación, se recurrió a la aplicación de técnicas de recolección de información cualitativas, tales como: “entrevistas no estructuradas, además, se complementó con la observación, recopilación y análisis de diversos casos vinculados con acciones de comunicación...” (Cárdenas, 2019, p. 2).

Este trabajo se relaciona con la presente investigación debido a que, si bien el objetivo general está orientado a la construcción de lineamientos, como resultado del proceso investigativo también se obtiene una definición de la identidad conceptual. Lo anterior debido a que, si bien los lineamientos son importantes, también se considera pertinente la definición de una identidad clara y precisa que evidencie el ser, quehacer y deber ser de la organización, posibilitando que cada integrante tenga conocimiento de la misión y objetivo de la Revista y que, por consiguiente, la aplicación de cada lineamiento establecido pueda ir en función de estos. Esto beneficia no solo a la organización, sino también al público en general quienes deseen postular sus trabajos periodísticos.

El siguiente trabajo se titula *Propuesta de Manual de Estilo Editorial para mejorar la corrección profesional de textos académicos en la edición universitaria de la Universidad Autónoma de Chiapas* y fue realizado por Gómez (2022) como requisito de grado para optar al título de Maestría en Educación, de la Universidad Autónoma de Chiapas, Chiapas, México.

La investigación consta de tres capítulos distribuidos de la siguiente manera: el primero, en donde se expone la manera de corrección profesional de textos a nivel regional, nacional e internacional. De igual manera en este primer apartado se analizan aspectos como los tipos de textos académicos que se publican en la Edición Universitaria, la estructura organizacional y el

enfoque de la editorial. Todo lo anterior con el objetivo de realizar un prediagnóstico de la situación actual.

En el segundo capítulo de la investigación se abordan los diferentes antecedentes y referentes relacionados con la investigación, de igual manera, se da cumplimiento al objetivo de diagnóstico tras aplicar la técnica de entrevista para conocer las percepciones de los estudiantes frente a un manual de estilo.

Finalmente, el tercer capítulo del trabajo está orientado a la unión de normas y criterios editoriales, que permitieron la creación de un manual de estilo exclusivo para la Edición Universitaria de la Universidad Autónoma de Chiapas, que evidencie la identidad de la misma y de claridad sobre la manera en que se abordan los textos que son publicados en esta.

Este trabajo se relaciona con el presente proyecto debido a que, como se ha expuesto a lo largo de la construcción de la propuesta, uno de los formatos que integrarán el manual de estilo es el texto. Por consiguiente, el trabajo citado se convierte en un gran referente para comprender el proceso de definición de lineamientos, así como las categorías a tener en cuenta en este formato. Adicionalmente los objetivos son similares, teniendo en cuenta que en los dos trabajos se realiza un diagnóstico situacional y la construcción de lineamientos, teniendo a la entrevista como una de las técnicas de recolección de información.

El sexto antecedente internacional fue realizado por García, (2015) y se denomina “*La importancia del manual como herramienta de aprendizaje del estilo periodístico. Una propuesta de guía de estilo para los estudiantes de periodismo*”. Se trata de un trabajo de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación, de la Universidad de Piura, Perú.

En este trabajo, lo que se busca es proponer un manual de estilo para los estudiantes de periodismo, que dé claridad sobre aspectos relacionados con la adecuada redacción de textos periodísticos, mediante la definición de la gramática, ortografía, estilo, ética y derecho, alineados al ser, quehacer y deber ser de la facultad.

“La investigación es el resultado de una experiencia aplicada en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura desde el 2010”. (García, 2015, s.p). Así mismo, el autor señala que la

investigación está fundamentada en diversas teorías que relatan la evolución histórica de los manuales de estilo y su importancia de aplicación.

Finalmente, en el capítulo III de su investigación, se encuentra el Manual de Estilo resultado de la Investigación, el cual incluye categorías como: géneros periodísticos, principios básicos para una buena cobertura informativa, la escritura informativa, cuestiones de orden gramatical para la escritura de textos periodísticos, errores comunes y marco legal.

Al igual que el referente anterior, la relación de este con la presente propuesta radica en que este trabajo sirve como una guía para el proceso de definición de lineamientos, principalmente en los orientados a los criterios de selección para el género de texto periodístico. Además, incluye citas de conceptos y teorías relacionadas con los manuales de estilo que pueden ser útiles en la construcción de los marcos referenciales. Adicionalmente, el trabajo resalta la importancia de alinear los lineamientos a la identidad corporativa de, en ese caso, la Universidad; lo cual, en el presente trabajo también ocurre, teniendo en cuenta que los lineamientos van a ir en función de la identidad conceptual de la Revista.

El siguiente trabajo fue realizado por Pérez (2011), *quien desarrolló Manual de estilo multimedia para El Universal*, como trabajo especial de grado para optar al título de Especialista en Periodismo Digital de la Universidad Monteávila, Caracas, Venezuela.

Este trabajo describe la situación del diario El Universal de Caracas, Venezuela en aquel entonces y expone la necesidad (hallazgo derivado de un prediagnóstico) de realizar un manual de estilo multimedia que guíe el desarrollo de la creación y publicación de contenido periodístico para la web, acorde a la línea editorial que sigue este medio de comunicación.

Para su realización, se recurrió a la aplicación de técnicas de recolección de información tales como: Análisis documental de los manuales de estilo ya existentes en El Universal y de fuentes externas, así como entrevistas a colaboradores del diario relacionados con la comunicación del mismo.

Finalmente, se presenta la propuesta del manual, como “una guía clara de normas y usos de contenidos informativos en fotogalerías, sonido, video, slideshow, infografías y reportajes

multimedia” (Pérez, 2011, p. 5). Este se encuentra compuesto por cuatro partes que describen los principios generales, la multimedia en El Universal, los tipos de contenido multimedia y la publicación de contenido multimedia respectivamente. De igual manera, la propuesta contiene un glosario y principios generales de publicación.

Este antecedente se relaciona con el proyecto en curso porque, es necesario que la Revista Cítrico defina lineamientos de comunicación en relación con la selección y publicación de contenidos, los cuales, además de orientar los procesos de comunicación, también faciliten la toma de decisiones frente a los trabajos recibidos y que esto no se convierta únicamente en responsabilidad de uno de los integrantes, sino que sea de conocimiento general tanto del equipo editorial como de los estudiantes, docentes y egresados que postulan sus trabajos. Contar con unos lineamientos dentro de la Revista, además, influirá en términos de la calidad y coherencia editorial, lo cual se verá reflejado en la percepción que tiene el público sobre la misma.

El último antecedente internacional se trata de un trabajo de grado titulado *Lineamientos para el diseño de un sistema de comunicación interna para la Dirección de Educación Continua (DEC) de la Pontificia Universidad Católica del Perú*, el cual fue realizado por Cerna (2017), como requisito para optar al título de Magíster en Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú Escuela de Posgrado, Perú.

Esta investigación tiene por objetivo “establecer lineamientos para la implementación de un sistema de comunicación interna entre la Dirección de Educación Continua (DEC) y las unidades organizadoras de actividades de educación continua en la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)”. (Cerna, 2017, s.p). Lo anterior fue establecido por el investigador gracias a un previo análisis sobre la importancia de la educación continua en programas de pregrado y posgrado de las universidades en Perú.

Durante su desarrollo se programaron dos sesiones de grupos focales con el equipo de comunicaciones y personas afines al área, para obtener la información que posteriormente fue categorizada en una matriz de análisis. De igual manera, como técnica cuantitativa, se recurrió al uso de la encuesta, la cual fue aplicada a 140 personas quienes trabajaban en las áreas de comunicación, difusión y marketing. En total se obtuvieron 42 respuestas.

Este trabajo de grado se relaciona con la presente investigación, debido a que, en las dos propuestas, los lineamientos están orientados al fortalecimiento de la comunicación interna mediante el aporte a la efectividad en los procesos de comunicación que se generan. Ahora bien, dichos lineamientos, si bien son internos, se ven reflejados o tienen repercusiones en la comunicación externa, debido a que mejora la interacción entre la organización y sus públicos objetivos. Así mismo, el proceso metodológico en ambos casos incluye técnicas como grupos focales y encuestas que permiten la realización de una triangulación de la información para obtener resultados más precisos.

Para los antecedentes nacionales, se presentan cinco trabajos, principalmente requisitos de graduación, realizados en diferentes Universidades de Colombia.

Inicialmente se tiene el trabajo de grado titulado *Consolidación de lineamientos corporativos que permitan la implementación y el apoyo a las estrategias internas y externas del grupo empresarial Hamburguesas el Garaje*, realizado por Lobo (2019) como resultado de una Pasantía, para obtener el título de Comunicación Social - Periodismo en la Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga, Colombia.

El trabajo en mención consiste en un estudio investigativo con enfoque mixto, para determinar las necesidades comunicativas del grupo empresarial Hamburguesas el Garaje con el objetivo de definir lineamientos de comunicación corporativos, que fortalezcan la comunicación interna y externa de la organización.

Para el ejercicio inicial de diagnóstico se recurrió a la aplicación de una matriz DOFA que permitiese conocer la situación actual en materia de comunicación del establecimiento. Posteriormente, para conocer la percepción de los colaboradores, se recurrió al uso de la entrevista y el grupo focal como técnicas de recolección de información y, finalmente, se utilizó la encuesta como instrumento para validar la información obtenida.

Este proyecto tiene relación con la investigación en curso, ya que, como fase inicial se pretende realizar un diagnóstico situacional para conocer el estado actual de la organización en relación con los procesos de comunicación existentes, orientados a la selección de contenidos, la percepción

que tienen todas aquellas personas quienes han colaborado con la misma a través de sus trabajos periodísticos y, finalmente, el impacto que cada factor está teniendo sobre la Revista.

Por otra parte, en los dos trabajos se plantea la definición de lineamientos como una necesidad comunicativa para fortalecer aspectos internos y externos de la organización, los cuales deben ser tenidos en cuenta por todos los colaboradores de la organización.

Un segundo antecedente nacional fue realizado por Guevara (2011), quien desarrolló *Lineamientos para el diseño de una Unidad de Comunicaciones para ONG's o fundaciones*, como trabajo de grado para optar al título de comunicadora social - periodista, de la Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga, Colombia.

Este trabajo se basa en entender los lineamientos de comunicación como una herramienta para las intervenciones sociales realizadas por las ONG's. Para ello, la investigadora explora experiencias y conceptos relacionados que permitieron, además, entender la situación actual de los procesos comunicativos en las Organizaciones.

En el proceso se realizó una caracterización de la población y entrevistas a diferentes actores quienes tuviesen relación con la comunicación en las diferentes fundaciones, así como una planeación estratégica para finalmente definir los lineamientos.

Aunque este antecedente se enfoca en la creación de lineamientos para el diseño de un área de comunicaciones en ONG's y fundaciones, su relevancia para la presente investigación se encuentra en el enfoque metodológico, especialmente en las técnicas de recolección de información utilizadas. Entre estas técnicas, el formato de entrevista aplicado a los colaboradores es el principal instrumento. Asimismo, el primer paso para definir los lineamientos en ambas investigaciones es realizar un diagnóstico situacional para entender con precisión cómo se están llevando a cabo los procesos de comunicación dentro de la organización.

El tercer trabajo se denomina *Propuesta de lineamientos para la gestión de la comunicación y la formulación de un manual de crisis en el sector logístico*. La autora de este trabajo es Gómez (2022), quien lo realizó como requisito de grado para obtener el título de Comunicadora Social con

énfasis en Comunicación Organizacional, de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Este trabajo de grado busca minimizar la crisis en las pequeñas y medianas empresas del sector logístico, mediante la visibilización y el fortalecimiento de su contribución al sector industrial. Todo lo anterior mediante un análisis de caso a la organización Aldepósitos Industriales Zona Franca S.A.S. y la construcción de una propuesta de lineamientos de comunicación para la misma.

“Los instrumentos de recolección de información empleados en esta investigación fueron: análisis documental, entrevistas semiestructuradas y encuestas; cada uno de estos contó con un formato de sistematización para su análisis”. (Gómez, 2022, p. 8).

Como resultado de la investigación se consideró la importancia de implementar un manual de gestión de crisis el cual contuviese las crisis más frecuentes y los mecanismos para contrarrestar los efectos. Los lineamientos allí plasmados, están dirigidos al área/persona encargada de las comunicaciones en la organización.

Este trabajo se relaciona con la presente investigación, puesto que, este proyecto tiene como fin definir lineamientos de comunicación, los cuales, si bien no están orientados a la gestión de crisis, el hecho de una correcta aplicación de estos permitirá que la Revista tenga mayor control sobre las problemáticas que se presenten. Adicionalmente, tal cual como se ha venido evidenciando en los antecedentes, el aspecto inicial para definir cualquier tipo de lineamientos es el diagnóstico que permita conocer la situación actual de procesos, percepciones e impactos.

El cuarto antecedente se titula *Propuesta para la creación de lineamientos de marketing digital para el núcleo de apoyo contable y fiscal (naf) en el marco del convenio interinstitucional suscrito entre la Universidad de Córdoba y la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - Dian*. Consiste en un trabajo realizado por Solano (2019), como resultado de una pasantía realizada en el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF), durante su carrera de pregrado en Administración en Finanzas y Negocios Internacionales, de la Universidad de Córdoba, Córdoba, Colombia.

El trabajo anteriormente mencionado, recoge el proceso investigativo realizado durante una pasantía en la DIAN, el cual incluye un diagnóstico situacional de la promoción y difusión a través

de medios digitales, de los servicios prestados en el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF), en la Universidad de Córdoba. Para este diagnóstico se recurre a la aplicación de una matriz DAFO, que permitió identificar el estado del NAF a nivel interno (fortalezas y debilidades) como externo (oportunidades y amenazas).

Así mismo, como parte de las actividades durante la pasantía, se realizaron entrevistas, observación no participante y análisis de documentos a informes creados por la DIAN y encuestas de satisfacción aplicadas a sus usuarios en relación con el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal.

Por último, después de realizado el diagnóstico y el análisis de resultados, se procedió a realizar el diseño de una propuesta para la construcción de lineamientos de marketing digital para el NAF.

Esta pasantía contribuye al presente trabajo en la medida en que, además de ayudar a reconocer la importancia de generar lineamientos de comunicación dentro de las organizaciones, también orienta en el proceso de construcción de los mismos y la manera de abordarlos desde una investigación. La estructuración de unos lineamientos de manera adecuada permitirá que las dinámicas tanto al interior de la organización como al exterior de la misma se desarrollen de manera efectiva. Adicionalmente, los lineamientos para la selección de contenido, tal y como se expresa en la justificación de la presente investigación, son el punto de partida para los siguientes lineamientos que se establezcan en relación con el marketing de la Revista.

El último antecedente de carácter nacional fue realizado por Cano (2012), quien desarrolló *Lineamientos de comunicación interna para el Ministerio de Salud y Protección Social* como trabajo de grado para optar al título de Magíster en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Yennifer Cano propone una investigación orientada a la construcción de lineamientos, surgida a raíz de un diagnóstico situacional interno en el Ministerio de Salud y Protección Social. Este diagnóstico fue realizado gracias a la aplicación de técnicas como la entrevista estructurada y semiestructurada, y un sondeo.

Finalmente, mediante la técnica de análisis de triangulación, la investigación arrojó la información necesaria para

la formulación de lineamientos de comunicación para la entidad, los cuales propenderán por el desarrollo de estrategias de comunicación internas claras, con un propósito firme de contribuir al cumplimiento de los objetivos misionales de la institución, por medio de procesos comunicativos confiables. (Cano, 2012, p. 9)

El estudio realizado por Yennifer Cano para el Ministerio de Salud y Protección Social sirve como referente metodológico para el presente trabajo, debido a que ambas investigaciones comparten similitudes en las técnicas de recolección de información al recurrir al uso de entrevistas semiestructuradas y encuestas. Además, los dos trabajos mantienen como punto de partida el diagnóstico situacional que permite identificar tanto las percepciones de la audiencia como las fortalezas y debilidades de la organización. Finalmente, el objetivo general de ambas investigaciones es la definición de lineamientos específicos que orienten las estrategias de comunicación, desde diferentes áreas, pero con el propósito de realizar los diferentes procesos en función del cumplimiento de la identidad conceptual de la organización.

Por último, en materia de antecedentes regionales, se destacan tres, realizados mayormente en la Ciudad de Pasto, los cuales se describen a continuación.

El primer antecedente regional se titula *Estrategia para el fortalecimiento de la comunicación digital en la Sociedad de Doctores e Investigadores de Colombia-SoPhIC*. Se trata de un trabajo de grado realizado por Arboleda y Villota (2023), como requisito de grado para obtener el título de comunicadoras sociales en la Universidad Mariana, Pasto, Nariño.

El trabajo de grado en mención

busca diagnosticar y establecer criterios para mejorar la comunicación digital en SoPhIC, incluyendo el diseño de un manual que fortalezca estos procesos. Se propone como un referente para profesionales de diferentes áreas, enfocado en el fortalecimiento de estrategias comunicativas digitales en organizaciones similares. (Arboleda y Villota, 2023, p. 4)

Para su gestión, se realizaron entrevistas, encuestas y un diagnóstico mediante una matriz DOFA, lo que permitió identificar que el mayor problema en la Sociedad de Doctores e Investigadores de Colombia radica en la falta de comunicación entre sus integrantes y el poco

interés de los mismos hacia la Comunidad Digital. De igual manera, se identificó un desconocimiento generalizado frente al manejo de la imagen corporativa y aspectos relacionados con la Comunicación. Por tanto, como resultado del trabajo investigativo, se obtuvo una serie de lineamientos de comunicación digital, plasmados en dos manuales: uno de marca y uno de comunicación.

El trabajo se relaciona con la presente investigación debido a que ambos proyectos tienen como objetivo mejorar la comunicación en un contexto específico: el antecedente mencionado, la comunicación digital en una organización doctoral y la propuesta dirigida a la Revista *Cítrico*, la optimización de los procesos de comunicación relacionados con la selección de contenidos. Así mismo, ambas investigaciones emplean técnicas de diagnóstico como entrevistas, encuestas y análisis estratégicos, para identificar el estado actual de los procesos y el punto de inflexión en estos. De igual manera, el resultado de las dos investigaciones consiste en la definición de lineamientos para fortalecer las estrategias de comunicación internas y externas.

Como segundo antecedente regional se encuentra el trabajo titulado *Estrategia Integral de Comunicación Educativa para el Empoderamiento del Programa “Escuela del Agua, Territorio y Paz” de la Empresa de Obras Sanitarias de Pasto - EMPOPASTO S.A. E.S.P.*, realizado por Benavides y Gómez (2018), como una propuesta de investigación profesoral para realizarse entre la Universidad Mariana y EMPOPASTO, Pasto, Nariño.

Este proyecto está orientado hacia la educomunicación, en donde lo que se busca es fortalecer el Programa “Escuela del Agua, Territorio y Paz”, con el objetivo de concientizar a la población de la ciudad de Pasto en materia del manejo, cuidado y preservación del recurso hídrico. Para su ejecución se realizaron diversas actividades de diagnóstico corporativo y participación ciudadana.

De igual manera, esta investigación entiende a la comunicación digital como herramienta de concientización en la comunidad,

a través de una gestión estratégica de medios que involucra el uso y apropiación de las TIC como herramienta para acercar a los habitantes de la ciudad en cuanto al buen uso, tratamiento y manejo del patrimonio y recurso hídrico. (Benavides y Gómez, 2018, pp. 12-13)

Los resultados obtenidos de la investigación fueron: unos lineamientos educomunicativos orientados a la conservación del agua en la ciudad de Pasto, así como un Plan de Comunicación Organizacional desde la gestión estratégica de medios, que permitiera fortalecer el posicionamiento del programa “Escuela del agua, Territorio y Paz” de EMPOPASTO S.A. E.S.P.

El segundo antecedente regional sobre la Estrategia Integral de Comunicación Educativa para el Empoderamiento del Programa “Escuela del Agua, Territorio y Paz” de EMPOPASTO se relaciona con la investigación en curso debido a que las dos propuestas están destinadas al fortalecimiento de la comunicación y su uso como herramienta para concientizar y guiar el manejo del recurso hídrico, en el caso del antecedente, y la selección de los contenidos en el caso del presente trabajo. Así mismo, ambos trabajos proponen lineamientos como resultado del proceso investigativo, en el caso de la Revista la propuesta de lineamientos está orientada a dar claridad en la selección de contenidos que promuevan la misión y los objetivos de la organización. Además, el eje fundamental de ambos antecedentes gira en torno a la comunicación estratégica y su proceso para generar impacto en las organizaciones.

El último antecedente corresponde a Veloza (2019), quien desarrolló *Plan Estratégico Integral de Comunicación, para el Fortalecimiento de la Identidad e Imagen Corporativa de la Empresa Más Fruta Pasto* como requisito de grado para optar al título de Comunicadora Social en la Universidad Mariana, Pasto, Nariño.

En esta investigación, se da a conocer el estado actual de las comunicaciones en la Cadena de Fruterías y Heladerías Más Fruta, en la Ciudad de Pasto, en donde se determinó la necesidad de construir lineamientos de comunicación orientados al fortalecimiento de la imagen corporativa entre sus stakeholders. Para ello, se definieron 3 objetivos específicos, a través de los cuales se realiza un diagnóstico organizacional, que incluye una matriz DOFA, entrevistas a colaboradores y encuestas a consumidores. Por otra parte, para el segundo objetivo se definieron los lineamientos de comunicación externos y, finalmente, estos fueron plasmados en un manual corporativo.

El último antecedente se relaciona con la propuesta en curso, puesto que, en primer lugar, ambos proyectos involucran un análisis de la situación actual en un área específica, ya sea en la gestión de marca ante su público de interés o la gestión de contenidos en la Revista Digital. De igual

manera, la metodología se relaciona en tanto se recurre al uso de técnicas de recolección de información, como entrevistas, encuestas, y matrices, necesarias para definir lineamientos precisos y consensuados entre los investigadores y los sujetos de estudio. En resumen, tanto el antecedente como el presente proyecto comparten la necesidad de diagnosticar la situación actual de cada organización y desarrollar lineamientos estratégicos para abordarlas de manera efectiva, además, el resultado de todo el proceso de investigación es un manual.

1.9.2. Marco Conceptual

En este marco, se evidencian los diferentes conceptos surgidos de las categorías concernientes a la presente investigación, con el objetivo de orientar hacia una mejor comprensión y desarrollo de la misma. Las definiciones de dichos conceptos fueron tomadas de diferentes investigaciones y autores, cuyos abordajes tienen relación con el campo de la comunicación.

Con base en lo anterior, los conceptos clave en mención, son los siguientes: Comunicación estratégica, comunicación digital, revistas digitales, procesos de comunicación, identidad conceptual, lineamientos de comunicación y manual de estilo.

La comunicación estratégica, según Arcila, J. (2012)

... es una herramienta que implementan las organizaciones para lograr productividad, competitividad y alcanzar los objetivos trazados, para así generar cercanía con sus diferentes públicos.

... la comunicación estratégica dentro de una organización será visible cuando los procesos que se lleven a cabo estén estructurados y planificados para alcanzar un solo objetivo, que haya una interacción e integración comunicacional entre los colaboradores de la organización para que sea viable la inmersión de estrategias y de procesos que guíen esas estrategias de comunicación que se desean implementar. (s.p)

Complementando lo anterior, se podría decir que, la comunicación estratégica hace referencia a aquella comunicación que es deliberada y planificada para gestionar y difundir información, con el objetivo de alcanzar aquellas metas alineadas a la misión y visión de una organización.

Este tipo de comunicación incluye el análisis situacional, en donde se diagnostica el estado actual de la organización y, con base en ello, se definen objetivos claros, se realiza la segmentación de los stakeholders, se seleccionan los mensajes y canales de comunicación y, una vez con todo esto, se procede a implementar.

La implementación incluye la planificación y ejecución detallada de un plan de acción con cronogramas, recursos y responsabilidades, asegurando la colaboración entre departamentos y actores involucrados. La evaluación y ajuste se realiza mediante el monitoreo y medición del desempeño de las estrategias de comunicación, utilizando indicadores y retroalimentación para revisar y ajustar las estrategias según los resultados obtenidos.

Ahora bien, frente a la Comunicación estratégica también es importante señalar que la planificación y el proceso expuesto anteriormente, no solo se reduce al marketing, sino que también se aplica desde otros ámbitos. Al respecto, (Hallahan et al., 2007, como se citó en Carrillo, 2014) mencionan que

... hay seis ámbitos que desarrollan el concepto de la comunicación estratégica en las organizaciones que no se reducen solo al marketing: la gestión empresarial, el propio marketing, las relaciones públicas, las tecnologías de la comunicación, las políticas de comunicación y las campañas de marketing social o de información. (p.35)

Adicionalmente, es importante resaltar que, la comunicación estratégica también es aplicable en el entorno digital. Gonzáles et al. (2016) mencionan que:

Hablar de *comunicación digital* es reconocer el proceso de digitalización de la cultura, la transformación de la información, las imágenes, sonidos y mensajes en bytes capaces de fluir por diferentes plataformas mediáticas y de ser reproducidos, reeditados y redistribuidos fácilmente y desde los diferentes contextos. (pp. 21-22).

Por otra parte, el Doctor Juan José Larrea define a la Comunicación Digital como “el intercambio de información y conocimiento con el uso de las redes digitales y el desarrollo tecnológico”. (Grupo DIRCOM, 2020, 41s)

Así mismo, sobre el objetivo de esta, el Doctor Larrea señala que consiste en “comunicar el propósito, posicionamiento y acciones de una organización pequeña, mediana, grande, pública o privada, con o sin fines de lucro”. (Grupo DIRCOM, 2020, 2m26s)

Con base en las definiciones anteriores otorgadas por los autores, se puede decir que, la comunicación estratégica digital sirve para planificar, gestionar y difundir información a través de plataformas digitales con el objetivo de alcanzar metas específicas como aumentar la visibilidad, mejorar la imagen de marca, interactuar con el público objetivo y fomentar el engagement.

Ahora bien, también es importante señalar que, la comunicación digital ha implicado el traslado de los medios tradicionales hacia un entorno tecnológico, transformando la manera en que se consume la información actualmente.

Por ejemplo, la radio se ha ido adaptando a un formato tipo podcast, que les permite a los usuarios acceder al contenido en cualquier momento; también la publicidad, la cual se ha ido acoplando a un entorno mayormente digital a través de banners en sitios web o redes sociales. Así mismo, la prensa escrita también se ha adaptado a las dinámicas actuales, mediante su traslado de lo impreso a lo digital, incluyendo periódicos y revistas.

En esta medida, para la presente investigación se definirá a esta última a partir del concepto emitido por dos autores: Llensa (2015), señala que las revistas digitales son:

... una secuencia de contenidos que tratan sobre un mismo tema y que son publicados digitalmente en una interfaz lógica y en un flujo UX (Experiencia de usuario), capaz de permitir que el usuario interactúe y se interconecte con redes sociales. (s.p)

Por otro lado, Martín y Merlo (2003) definen a las revistas digitales como aquellas que:

... son también revistas en su sentido tradicional, entendiendo por estas últimas las publicaciones de aparición periódica, con secciones previamente establecidas. Pero las revistas electrónicas, por su condición de documentos digitales, no deben ser identificadas plenamente con las publicaciones periódicas ordinarias, que emplean el papel como soporte. Aunque los contenidos de ambos tipos de revistas son los mismos, los formatos empleados y los medios de difusión son diferentes Para que una revista electrónica sea considerada

como tal debe cumplir un requisito fundamental: que todo su contenido esté en un formato electrónico, ya sea para su consulta gratuita o por medio de servicios comerciales. Además, un requisito adicional es que se disponga de un número de identificación normalizado (ISSN) exclusivo para la edición electrónica, que difiera del asignado a la edición impresa, si es que existe. (pp. 156 -157)

Una vez teniendo claros los conceptos de comunicación estratégica, digital y de revistas digitales, surge la importancia de entender que, en este contexto, los procesos de comunicación, son fundamentales para garantizar que la información sea difundida con precisión y que, las acciones sean ejecutadas con efectividad, permitiéndoles ser adaptables a las necesidades cambiantes del entorno digital.

Teniendo en cuenta lo anterior, el cuarto concepto a definir son los procesos de comunicación. Para Brandolini, Gonzáles y Hopkins (2009)

Los procesos comunicacionales son los que sostienen a las organizaciones como una red intrincada de relaciones, donde intervienen diferentes actores. Es por ello que dentro de una organización se pueden identificar dos tipos de formas de comunicación según a quién esté destinada, la comunicación externa y la comunicación interna. (p. 11)

Por otro lado, Petrone (2021), define a los procesos de comunicación como aquellos que “permiten a la organización mantener la coordinación entre sus distintos estamentos y alcanzar así su característica esencial, la de ser un sistema. La acción coordinada y el trabajo en equipo contribuirán a lograr los objetivos estratégicos.” (p. 191)

Así mismo, Llanacuna y Pujol (2006), definen al proceso de comunicación como “... el que propicia las relaciones entre los integrantes de la organización, a través del mismo se emite y recibe información, modelos de conducta, formas de pensar y necesidades de los integrantes”. (p.8)

Ampliando las definiciones previas, se puede afirmar que los procesos de comunicación son cruciales para coordinar actividades, tomar decisiones, resolver problemas, establecer relaciones laborales efectivas y mantener un buen ambiente de trabajo. También tienen un impacto

significativo en la cultura organizacional y en cómo los empleados perciben la misión, visión y valores de la empresa.

Ahora bien, la cultura organizacional y la misión, visión y valores de la empresa responden a una identidad conceptual de la misma. En esta medida, Egas y Yance (2018) mencionan que “La identidad de una organización se refiere al motivo de existencia de la empresa, sus características, causas esenciales específicas que los hace relacionarse con los públicos internos y externos, a través de cualquier acción de comunicación organizacional”. (s.p)

Por otra parte, Brandolini, Gonzáles y Hopkins, 2009, definen a la identidad conceptual como

... la suma de las características particulares que reúne una empresa y que la diferencian de otras. Esto está relacionado con los modos de hacer, de interpretar y de enfrentar las diferentes situaciones que se presentan cotidianamente en el ámbito de la empresa. Básicamente, la identidad se manifiesta a través de la cultura organizacional, la misión, visión y valores que promueve y el patrón de comportamientos que la caracteriza. La cultura es una red de significados que cuanto más compartidos y arraigados estén en el quehacer cotidiano de todos sus integrantes, más fuerte y sólida será su identidad. (p. 16)

Finalmente, (Etkin y Schvarstein, 1989, como se citó en González, 2016) define a la identidad conceptual como aquella que está compuesta por

una multiplicidad de enunciados argumentativos, lingüísticos y no lingüísticos, que tienden a ser coherentes entre sí, y que por vías de sus elecciones u omisiones especifican el lugar invariante que la organización pretende ocupar en el mundo. (p. 38)

En este orden de ideas, se considera pertinente recurrir a un término que acoja a los procesos de comunicación y a la identidad conceptual, para establecer una ruta clara de aplicación en función de los objetivos que se pretenden alcanzar. dicho término, en el caso del presente proyecto sería “lineamientos de comunicación”, para esto, a continuación, se expone su significado con base en lo expresado por tres autores:

Inicialmente, Cano (2012) define a los lineamientos de comunicación como

... un conjunto integrado, explícito y duradero de normas que han de servir de referencia a las decisiones y actuaciones de los miembros de una organización en cuanto a los procesos de comunicación se refiere. Estos lineamientos deben ser concebidos como los criterios generales que orientan el cumplimiento de las políticas institucionales, misionales y de operación de la institución. (p.39)

De igual manera, la misma autora señala que la política de comunicaciones

crea criterios y marcos de actuación a ser aplicados en todos sus niveles jerárquicos para convertirse en pautas de comportamiento, haciendo explícitos los principios por los que se rige la institución, los cuales son imprescindibles para la comunicación en la misma. De igual manera, esta se encuentra encaminada a apoyar el cumplimiento de la misión y visión de la empresa. (p. 40)

Por otra parte, para (Garrido, 2004, como se citó en Cano, 2012), los lineamientos de comunicación “Dictan las señales de lo que la empresa desea comunicar, cómo lo desea hacer y a través de qué canales”. (p. 40)

Finalmente, la última definición otorgada por (García, 1998, como se citó en Cano, 2012), aclara que

... aparte de formular las políticas de comunicación, es necesario visibilizarlas y para ello se deben emitir manuales o protocolos, que den cuenta de los lineamientos y políticas de la institución frente a diferentes situaciones, de lo contrario estas nunca serán exitosamente aplicadas, puesto que deben volverse parte de la cultura de la institución. (pp. 41 - 42)

Con esta última definición, se da paso al último concepto que es “manual de estilo”.

En el caso de la presente investigación, el desarrollo de un manual de estilo es fundamental, pues es el lugar donde se albergan los lineamientos de comunicación orientados a la selección y publicación de contenidos establecidos tras la aplicación de los instrumentos. Además, sirve como una referencia esencial para escritores, editores y diseñadores, garantizando que todos los materiales comunicativos mantengan una calidad uniforme y profesional, reflejando la identidad y valores de la entidad.

Al respecto, la Editorial de la Universidad Pontificia Bolivariana (2023) define al “manual” como aquel “texto que recoge aspectos básicos y puntuales de una temática o un procedimiento. Su intención es presentar de forma clara el funcionamiento de algo, o brindar acceso de manera ordenada al conocimiento”. (p. 11)

Por su parte, Cano (2012), al respecto de los manuales de estilo, señala que

En cuanto a la forma de su contenido, este debe ser claro y sencillo, se debe recordar que dicho documento tiene como fin principal ser interiorizado por cada persona de la institución por lo que debe ser conciso, claro, sencillo y de fácil acceso, además de estar avalado por la alta gerencia. (p. 42)

Otra definición apropiada frente al manual de estilo es la de la Oficina Asesora de Comunicación y Prensa de la Alcaldía Mayor de Bogotá (2020), quienes mencionan que

Un manual de estilo es un código interno. Una herramienta de unificación que permite definir la personalidad de un medio y orientar al equipo que lo conforma en la producción periodística, fiel a las políticas editoriales y estilísticas que se definan. (p. 4)

Por último, al respecto de este concepto, se tiene la definición por la Universidad de Puerto Rico Cayey en su página oficial (s.f), el cual señala que:

Un Manual de Estilo, es un recurso informativo e instruccional que sirve para describir paso por paso los elementos básicos de una publicación; del mismo modo incluye recomendaciones sobre estilo y formato que se deben tener en cuenta al realizar una investigación que sea de calidad académica. Estas recomendaciones variarán según el manual y las disciplinas que atienda. El fin del manual de estilo es documentar de manera ética y coherente la labor investigativa, y facilitar al lector tanto el proceso de lectura como la localización de fuentes de información.

1.9.3. Marco Teórico

Teniendo claridad en lo conceptual. A continuación, se presentan las diferentes teorías bajo las cuales se fundamenta el presente trabajo, las cuales van desde la teoría más general que abarca la investigación en su totalidad, hasta teorías correspondientes a un objetivo en específico.

El marco teórico sirve como una guía para evidenciar las diferentes teorías y/o modelos que ayudan a dar respuesta a la pregunta de investigación, además de aportar validez a los resultados obtenidos a raíz de la aplicación de las diferentes técnicas e instrumentos de recolección de información.

La primera teoría es la de la Comunicación Estratégica.

La comunicación estratégica hace referencia a aquella comunicación que es planificada y deliberada, cuyo objetivo es transmitir mensajes de manera efectiva con el fin de alcanzar objetivos específicos dentro de una organización o contexto determinado. Se basa en realizar un diagnóstico inicial que permita comprender las necesidades y expectativas de los diferentes grupos de interés tanto internos como externos (colaboradores y usuarios) para, posteriormente, desarrollar estrategias que les permitan comunicarse con ellos de manera coherente y efectiva.

Según Arboleda y Villota (2023), la comunicación estratégica se puede definir como aquella

que se enfoca en la planificación, ejecución y evaluación de estrategias de comunicación efectivas para alcanzar objetivos específicos en una organización o empresa. Esta teoría es ampliamente utilizada en el campo de las relaciones públicas, la publicidad, el marketing y la gestión de la reputación. (p. 42)

Ahora bien, la comunicación estratégica también implica tener claridad en la identidad conceptual de la organización, puesto que, esto permite crear estrategias de comunicación efectivas, mientras proporciona coherencia, diferenciación, conexión emocional, facilita la toma de decisiones y aumenta la eficiencia en la ejecución.

En este sentido, (Guevara, 2018, como se citó en Lobo, 2019) indica que “La comunicación debe ser pensada de manera estratégica, pues de esta manera le permita a la organización conservar

una coherencia simbólica que guíe de manera integral todos sus procesos hacia el cumplimiento de los objetivos empresariales”. (p. 83)

Reafirmando lo anterior, (Tironi y Cavallo, 2006, como se citó en Benavides y Gómez, 2018, p. 29) señalan que “la Comunicación Estratégica actúa para reunir y gestionar el stock de prestigio y credibilidad que toda organización necesita para alcanzar sus propósitos y enfrentar las tensiones y crisis características de la época actual”.

En resumen, la comunicación estratégica es un componente esencial para el éxito de cualquier organización, ya que contribuye a construir relaciones sólidas con sus partes interesadas y a alcanzar sus metas y objetivos estratégicos, al centrarse en comunicar de manera efectiva su visión, misión, valores y objetivos estratégicos. Además, la planificación cuidadosa de cada mensaje y acción comunicativa genera impacto y contribuye al logro de resultados positivos.

Como resultado de lo anterior, se logra no solo posicionar la marca, sino también persuadir, inspirar y generar un engagement con los stakeholders. También, se garantiza que cada mensaje sea coherente con la identidad y valores de la organización, reforzando así su reputación y legitimidad.

La segunda teoría es la de la Cultura Digital.

La cultura digital se refiere al conjunto de normas, valores, prácticas y comportamientos que emergen en el contexto de la tecnología digital y la era de la información. Esto abarca cómo las personas interactúan con la tecnología, se comunican, consumen contenido, acceden a la información y participan en actividades en línea.

La cultura digital incluye una variedad de elementos, desde la alfabetización y la ética en el entorno digital hasta la creatividad, la innovación tecnológica y la participación en redes sociales. Es un fenómeno dinámico que muestra cómo la tecnología afecta a la sociedad y moldea las percepciones, comportamientos y estilos de vida de las personas.

En esta medida, el autor (Alberich, 2005, como se citó en Parrales, 2014) parte del concepto de comunicación digital para entender la cultura surgida alrededor de esta, es así como afirma que

En el contexto de la comunicación digital, el concepto de producto que tradicionalmente asociamos a un libro, un programa de televisión o un LP se desdibuja. Eso no quiere decir que este tipo de productos desaparecen, si no que la digitalización permite definirlos e interconectarlos de tal manera que nos obligan a replantear los conceptos que utilizamos. Hasta ahora estamos acostumbrados a que los productos comunicativos que consumíamos nos llegaban tal como eran emitidos o grabados por los productores. Pero en la era digital las posibilidades de la interactividad, la gestión de contenidos y los sistemas multi soporte nos obligan a distinguir entre dos productos diferentes en cada producto. (pp. 15 -16)

Por su parte, Arboleda y Villota (2023), como complemento de lo anterior, otorgan una definición de la teoría de la cultura digital con base en la recopilación de ideas de diferentes autores, expresando finalmente que

La cultura digital se refiere a la forma en que las personas se comunican, crean, comparten y consumen información en el contexto de la tecnología digital. Los usuarios de la cultura digital interactúan con la tecnología constantemente, y ésta se ha convertido en una parte integral de su vida cotidiana. Las redes sociales, los blogs, los podcasts y otros medios digitales permiten a los usuarios crear y compartir contenido de manera rápida y eficiente, lo que ha llevado a una democratización de la cultura y la información. (p. 45)

Ahora bien, la teoría de la cultura digital también señala que esta nueva forma de comunicación también enfrenta una serie de desafíos, que van desde la brecha digital y las preocupaciones sobre privacidad y seguridad en línea, hasta la propagación de desinformación y noticias falsas, la adicción digital, el ciberacoso y el impacto ambiental de la tecnología.

Al respecto, Rodríguez (s.f) en un artículo publicado en la página oficial de SEO en México, señala que:

... la transición hacia una cultura digital no está exenta de desafíos. La brecha digital, que refleja las diferencias en el acceso y uso de tecnologías digitales, es una preocupación significativa. Además, la alfabetización digital y el desarrollo de habilidades digitales son esenciales para participar plenamente en esta cultura. Las organizaciones y la sociedad deben trabajar juntas para encontrar soluciones a estos desafíos, como la implementación de

programas de educación y formación, y el fomento de una mentalidad digital que promueva la apropiación y el uso efectivo de la tecnología.

Las dos teorías mencionadas anteriormente, se relacionan con el objetivo general de la presente investigación, puesto que, definen dos aspectos fundamentales: la comunicación estratégica, que es el área a partir del cual se desarrolla el trabajo, y su aplicación al hablar de un entorno y cultura digital, teniendo en cuenta que los resultados están orientados a la Revista digital *Cítrico*, del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana.

La tercera teoría es la del Diagnóstico comunicacional.

El diagnóstico comunicacional es un proceso de análisis que busca comprender la situación actual de la comunicación de una organización, proyecto o entidad. Implica evaluar diversos aspectos como la identidad, los mensajes, los públicos, los canales de comunicación, las fortalezas y debilidades, así como el entorno en el que opera la entidad. El objetivo principal del diagnóstico comunicacional es identificar oportunidades de mejora y desarrollar estrategias efectivas para alcanzar los objetivos comunicativos establecidos. Este proceso suele involucrar la recopilación y análisis de datos cualitativos y cuantitativos, así como la participación de diferentes actores internos y externos a la organización.

Para definir esta teoría, Bruno (s.f) menciona lo siguiente:

Hablamos antes del diagnóstico de la comunicación como una herramienta que nos permite reconocer y comprender, de manera sistemática, las prácticas sociales y sus procesos internos y que, así entendido, constituye el primer paso de la planificación de procesos comunicacionales. Nos referimos también a la vida cotidiana y la forma como los actores sociales, individuales o colectivos, se constituyen en ese contexto. (s.p)

Frente al diagnóstico de la comunicación y en complemento a lo anterior, Karín (como se citó el Lobo, 2019) afirma que “Un diagnóstico organizacional, examina también los productos comunicacionales de una organización y puede contemplar las formas de distorsión de la comunicación como los rumores y ruidos que generan las estructuras de poder en una organización”. (p. 83)

Adicionalmente, Amira et al. (2014, p. 4) señala que realizar un diagnóstico de comunicación posee las siguientes implicaciones:

- Una propuesta metodológica: determinar los enfoques privilegiados para llevar a cabo el proceso.
- La recolección de sus datos: recabar toda la información necesaria para determinar las fuerzas y las debilidades relativas a la comunicación institucional.
- Determinar los elementos que han causado la aparición de debilidades en la gestión de los procesos comunicacionales e identificar pistas de solución.

Finalmente, el objetivo del diagnóstico de comunicación es entender en profundidad cómo una organización se comunica tanto interna como externamente, identificando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en este ámbito. A partir de esta comprensión, se busca diseñar estrategias y acciones que permitan mejorar la efectividad y la coherencia de la comunicación, así como alinearla con los objetivos y valores de la organización. Es decir, el diagnóstico de comunicación busca proporcionar una base sólida para el desarrollo de estrategias comunicativas que impulsen el éxito de una organización.

Al respecto, (Francés, 2001, como se citó en Amira et al., 2014) dice que

El objetivo que busca la realización de un diagnóstico es juntar la información necesaria para diseñar y elaborar estrategias y un plan de acción, analizando y contrastando los datos recabados con un modelo de calidad, para luego tomar las medidas correspondientes para subsanar las posibles barreras. (p. 4)

Esta teoría se relaciona con el primer objetivo específico, puesto que, como primer paso en la investigación, se tiene el diagnosticar la situación actual de los procesos comunicativos en relación con la selección y publicación de contenidos en la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana. Este diagnóstico permite conocer los criterios de selección, pero también brinda la posibilidad de identificar la percepción del público objetivo frente a esto, así como evaluar el impacto de los procesos que se están generando al interior de la Revista.

Para el segundo objetivo se tienen dos teorías: la Semiosis Corporativa y la Filosofía Corporativa.

La semiosis corporativa hace referencia a la manera en cómo los signos y símbolos utilizados, ayudan a una organización a comunicar su identidad, valores, cultura y mensajes a sus diferentes audiencias.

La teoría de la semiosis corporativa es definida por Sánchez, 2022, señaló la definió a partir de Scheinsohn de la siguiente manera

... son todos los diferentes contenidos que transmite una empresa, de forma planificada o improvisada. Es por ello que los mensajes que se transmiten deben ser coherentes y con el fin de lograr ser efectivos desde una perspectiva donde el usuario entienda los símbolos, los canales y el impacto sobre su público tenga siempre un fin educativo. (p. 9)

Una semiosis corporativa implica el análisis de cómo los signos visuales, verbales y simbólicos, como el logotipo, el slogan, los colores corporativos y la arquitectura de la empresa, entre otros, son percibidos e interpretados por los stakeholders y el público en general. La semiosis corporativa busca comprender cómo estos signos influyen en la percepción de la organización y en la construcción de su imagen y reputación, así como en la generación de significados compartidos y vínculos emocionales con sus audiencias.

Por consecuencia, (Carpio, 2017, como se citó en Sánchez, 2022) señala que,

En la práctica cuando toda empresa empieza a ser consciente de la importancia de transmitir sus mensajes mediante su propio contenido, estos tres aspectos se interrelacionan y deben estar alineados a proyectar una misma imagen, teniendo en cuenta la armonía entre los mensajes verbales, no verbales, las simbologías para poder estar refiriéndonos a esta teoría. (p. 9)

Finalmente, Sánchez (2022) basado en lo que dijo Lizcano (2004) y complementando la reflexión de Carpio, habla sobre la importancia de la semiosis en las organizaciones, afirmando lo siguiente

Es por ello que cuando se toma importancia de la relevancia que tienen los mensajes y cómo deben estar contruidos estos, que se empieza a diseñar un plan estratégico de comunicación, siempre desde un enfoque de mejorar la imagen que proyecta la organización y teniendo en cuenta que es necesario siempre transmitir la misión y la visión que busca la empresa, de esta forma habrá coherencia entre lo que la organización dice y lo que la organización hace, desde algo corporativo, hasta actividades de responsabilidad social. (p. 9)

Por su parte, la filosofía corporativa hace referencia al conjunto de principios, valores, creencias y prácticas fundamentales que guían las acciones y decisiones de una organización. Representa la visión y la misión de la empresa, así como sus compromisos éticos, sociales y ambientales. La filosofía corporativa define la identidad y el propósito de la organización, y sirve como un marco de referencia para establecer objetivos, estrategias y políticas. También influye en la cultura organizacional y en las relaciones con los stakeholders, contribuyendo a construir una imagen y reputación sólidas.

Con respecto a la filosofía organizacional, (Muñiz, 2008, como se citó en Cuan et al., 2020) comenta que esta

equivale al sistema de valores y creencias de una empresa, la cual está compuesta por una serie de principios que se basan en saber quiénes somos; en qué se cree, es decir, ideas y valores; cuáles son sus preceptos; así como conocer las responsabilidades de sus miembros, es decir quienes están comprometidos con su labor dentro de ella. Además, las organizaciones para crecer, generar utilidades y permanecer en el mercado, deben tener claro quiénes son y para dónde van, buscando siempre el marco de referencia dentro del cual cada empresa examine los caminos para alcanzar sus objetivos y lograr un desempeño exitoso. (p. 29)

Adicionalmente, en complemento de lo anterior, (Francés, 2006, como se citó en Cuan, Medina y Rojas, 2020) afirma que la misión, visión y estrategias de la empresa son un factor que le permite a las organizaciones competir en el sector en donde se encuentren.

En consecuencia, la filosofía organizacional es importante para en las organizaciones, debido a que delimita el ser y quehacer de la revista a través de su misión, permite entender cuál es su propósito a futuro a través de la visión y, además, al ser entendida y aplicada por todos sus colaboradores,

permite dar claridad frente a lo que la organización quiere transmitir y eso contribuye al engagement con sus públicos de interés.

Estas dos teorías se relacionan directamente con el segundo objetivo específico, debido a que, como parte del proceso de construcción de lineamientos, es de vital importancia que la organización tenga claridad sobre su identidad corporativa (imagen, misión, visión y valores), de tal manera que, al desarrollar una política o ejecutar cualquier plan estratégico, se aseguren que este va a reflejar aquello que la Revista es, hace y desea ser.

Finalmente, se encuentra la teoría sobre los Lineamientos de Comunicación.

Los lineamientos de comunicación establecen una dirección clara y coherente en la forma en que la empresa se comunica, tanto interna como externamente. Proporcionan una guía sobre qué comunicar, cómo hacerlo y a quién dirigirse, lo que asegura la coherencia y claridad en los procesos comunicativos. Además, su gestión adecuada, proporciona una orientación frente a la resolución de problemas en caso de presentarse una crisis en la organización.

Cano (2012), dentro de su trabajo de grado abarca la teoría de los lineamientos de la comunicación afirmando que estas

... son un conjunto integrado, explícito y duradero de normas que han de servir de referencia a las decisiones y actuaciones de los miembros de una organización en cuanto a los procesos de comunicación se refiere. Estos lineamientos deben ser concebidos como los criterios generales que orientan el cumplimiento de las políticas institucionales, misionales y de operación de la institución. (Cano, 2012, p. 39)

Así mismo, para complementar su afirmación, Cano (2012) cita a García, quien señala que “para construir la política de comunicaciones es preciso hacer una evaluación previa que permita establecer la situación de las comunicaciones en la organización” (p. 41)

Por su parte, en la Política de Comunicaciones de la Universidad El Bosque (2015) aporta a la teoría de los lineamientos referenciada en el presente documento, definiendo a la política de comunicación como aquella que

... se aborda como necesidad fundamental de la organización y es transversal a su quehacer. Se definen en ella los lineamientos para conducir las acciones de comunicación que contribuyan a fortalecer la identidad institucional y desarrollar espacios de encuentro, intercambio y participación. Busca también articular el trabajo de áreas que desarrollan productos comunicativos y coordinan los procesos de comunicación de la Universidad, y aunque son independientes generan sinergias valiosas en el trabajo colaborativo. (p. 27)

Esta teoría se relaciona con el tercer objetivo puesto que, con base a los resultados que generen tras la aplicación de las diferentes técnicas e instrumentos de recolección de información, se van a definir lineamientos de comunicación estratégicos que contribuyan al fortalecimiento de los procesos de selección y publicación de contenidos en la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana. Por tanto, es pertinente conocer qué se entiende por lineamientos y qué dicen los teóricos frente a este concepto.

1.9.4. Marco Legal

Las revistas digitales son publicaciones periódicas que se distribuyen principalmente en formato digital a través de medios electrónicos, como plataformas en línea, aplicaciones móviles, redes sociales o correos electrónicos. A diferencia de las revistas impresas tradicionales, las revistas digitales aprovechan las tecnologías digitales para crear experiencias interactivas, multimedia y accesibles en línea.

La presente investigación que pretende establecer lineamientos orientados a la publicación de contenido en la Revista Digital Cítrico, del programa de Comunicación Social, la cual se constituye para un entorno digital, en donde se maneja información confidencial y la intervención de varios puntos de vista para su aprobación, contempla los lineamientos que provee la Legislación de Colombia de la siguiente manera:

Con esta política pública se busca fortalecer la relación Ciudadano - Estado, mejorando la prestación de servicios por parte de las entidades, y generando confianza en las instituciones que conforman la administración pública y el Estado en general, a través del uso y aprovechamiento de las TIC. Hace parte del Modelo Integrado de Planeación y Gestión -

MIPG y se integra con las políticas de Gestión y Desempeño Institucional. (Decreto 767 de 2022)

Otro lineamiento que respalda la realización del presente trabajo es el Artículo 20 de la Constitución política de Colombia sobre la Libertad de expresión y la prohibición de la censura previa:

Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura. (Artículo 20, Constitución Política de Colombia de 1991)

Por otro lado, el Artículo 69 que respalda la Autonomía Universitaria y que, para este caso, permite a la Universidad Mariana establecer sus propios estatutos de acuerdo con la ley:

Se garantiza la autonomía universitaria. Las universidades podrán darse sus directivas y regirse por sus propios estatutos, de acuerdo con la ley.

La ley establecerá un régimen especial para las universidades del Estado.

El Estado fortalecerá la investigación científica en las universidades oficiales y privadas y ofrecerá las condiciones especiales para su desarrollo.

El Estado facilitará mecanismos financieros que hagan posible el acceso de

todas las personas aptas a la educación superior. (Artículo 69, Constitución Política de Colombia de 1991)

Así mismo, se considera pertinente trabajar bajo la Ley 1915 de 2018, que surge como una modificación de la Ley 23 de 1982 y que establece nuevas disposiciones frente a los derechos de autor y derechos conexos en Colombia.

A su vez, de esta Ley, se destacan 2 de sus artículos, el número 1:

En todo proceso relativo al derecho de autor, y ante cualquier jurisdicción nacional se presumirá, salvo prueba en contrario, que la persona bajo cuyo nombre, seudónimo o su equivalente se haya divulgado la obra, será el titular de los derechos de autor. También se presumirá, salvo prueba en contrario, que la obra se encuentra protegida. (Artículo 1, Ley 1915 de 2018)

Y el Artículo 12:

El autor o, en su caso, sus derechohabientes, tienen sobre las obras literarias y artísticas el derecho exclusivo de autorizar, o prohibir:

a) La reproducción de la obra bajo cualquier manera o forma. permanente o temporal, mediante cualquier procedimiento incluyendo el almacenamiento temporal en forma electrónica.

b) La comunicación al público de la obra por cualquier medio o procedimiento, ya sean estos alámbricos o inalámbricos, incluyendo la puesta a disposición al público, de tal forma que los miembros del público puedan tener acceso a ella desde el lugar y en el momento que cada uno de ellos elija.

c) La distribución pública del original y copias de sus obras, mediante la venta o a través de cualquier forma de transferencia de propiedad.

d) La importación de copias hechas sin autorización del titular del derecho.

e) El alquiler comercial al público del original o de los ejemplares de sus obras.

f) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra. (Artículo 12, Ley 1915 de 2018).

También se encuentra la Ley estatutaria 1885 de 2018 - Estatuto de Ciudadanía Juvenil, la cual respalda la participación activa de los estudiantes en la revista digital, fomentando el ejercicio de sus derechos y deberes ciudadanos.

Procesos y prácticas organizativas de las y los jóvenes. Entiéndase como el número plural de personas constituidas en su mayoría por afiliados jóvenes, que desarrollan acciones bajo un objetivo, y nombre común, cuenta con mecanismos para el flujo de la información y comunicación y establece mecanismos democráticos para la toma de decisiones y cuyo funcionamiento obedece a reglamentos, acuerdos internos o estatutos aprobados por sus integrantes. (Artículo 5, Ley 1915 de 2018).

De igual manera la Ley 527 de 1999 - Ley de Comercio Electrónico, la cual establece disposiciones legales sobre la validez y eficacia jurídica de los mensajes de datos y firmas electrónicas, aspectos relevantes para una revista digital. “Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones”. (Ley 527 de 1999)

Por otra parte, se suma un aspecto imprescindible para el presente proyecto, que es la protección de datos personales, la cual respalda el manejo de la información de datos tanto de la Revista Cítrico y de sus integrantes, como de las personas que se vinculen a la revista a través de sus publicaciones.

Para esto, se encuentra la Ley 1581 de 2012 - Ley de Protección de Datos Personales, que regula la recolección, almacenamiento y tratamiento de datos personales, asegurando la privacidad de los usuarios, en este caso, de la revista digital.

La presente ley tiene por objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma. (Artículo 1, Ley 1581 de 2012)

Finalmente, teniendo en cuenta que se trata de una Revista Digital desarrollada en el programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana de la Ciudad de Pasto, se tienen en cuenta las siguientes normativas institucionales que velarán por la transparencia, el buen nombre y las pautas para establecer lineamientos que vayan en concordancia con las normas tanto del programa como de la universidad.

En esta medida, se da a conocer el Acuerdo 056 de 2013, sobre la Política de Protección de Datos de la Universidad Mariana:

La Universidad Mariana en cumplimiento a lo dispuesto en la Constitución Política Nacional de Colombia y, en consideración y acatamiento de lo dispuesto en la Ley estatutaria 1581 de 2012 y en su Decreto Reglamentario 1377 de 2013, atendiendo en todo momento su misión y su visión, desarrolladas en el Estatuto General, Reglamentos y demás normas internas, ha decidido adoptar la presente política para el tratamiento de datos personales; política que será informada a todos los titulares de los datos suministrados o que en lo sucesivo se obtengan en el ejercicio de las actividades contractuales, de convenios, académicas, culturales, comerciales o laborales. En esta forma la Universidad Mariana expresa su voluntad de garantizar los derechos de privacidad, intimidad, buen nombre en el tratamiento de los datos de las personas y, por ello, todas sus relaciones sociales se registrarán, como ha prevalecido siempre en los actos de la UNIVERSIDAD MARIANA, por el principio de legalidad, de finalidad, de libertad, de veracidad, calidad, transparencia, acceso y circulación restringida, seguridad y confidencialidad en la información respecto a datos personales. Así, todas las personas que, en desarrollo de diferentes actividades culturales, académicas, contractuales, comerciales, laborales, u otras, sean permanentes, transitorias u ocasionales, suministradas en a la Universidad Mariana cualquier tipo de información. (Título I, Acuerdo 056 de 2013)

Por otro lado, está el Acuerdo No. 190 de 2015, por medio del cual se reglamenta el Laboratorio de Medios del Programa de Comunicación Social:

OBJETIVO GENERAL: El Laboratorio apoyará los procesos pedagógicos, de investigación y de proyección social del Programa de Comunicación Social facilitando los medios para que docentes, estudiantes y personal administrativo del Programa puedan aportar al cumplimiento de los objetivos misionales del mismo. (Artículo 4)

Las anteriores leyes y normas se relacionan con la presente investigación, puesto que, la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social es un medio digital, el cual, por ende, hace uso de

las herramientas TIC y, por consiguiente, es importante conocer y entender cuál es el respaldo que brinda la Constitución Política de Colombia ante estas dinámicas.

Así mismo, leyes como las de Protección de Datos, Libertad de Expresión y Derechos de Autor son de gran importancia, teniendo en consideración que la Revista recurre al uso y difusión de material creado por estudiantes, docentes y egresados, no vinculados directamente a Cítrico. En esta medida, es pertinente que, tanto Cítrico como las personas quienes postulan sus trabajos, tengan claridad sobre sus deberes, pero también sobre sus derechos al ser los autores materiales e intelectuales de la información que radica en la Revista.

Por otra parte, la mención de las normativas que forman parte del reglamento de la Universidad Mariana respalda la existencia de la Revista al señalarla como parte del laboratorio de Medios del Programa de Comunicación Social, y su sostenibilidad al dar garantía de que se trata de un medio que contribuye a la construcción del conocimiento y a la formación de los estudiantes acorde a la identidad de la Institución de Educación Superior a la que pertenece.

Finalmente, el artículo relacionado con Autonomía Universitaria y Expresión Juvenil, respaldan la participación de los jóvenes en las prácticas y procesos de construcción de material para la Revista Cítrico.

Todo lo anterior en conjunto garantiza la construcción de un proceso de investigación sólido y transparente. Por ello, será respetado a cabalidad y tenido en cuenta durante todo el desarrollo del trabajo de grado, desde la propuesta hasta el análisis de resultados, y el desarrollo del producto final.

Lo anterior, con el fin de crear un intercambio de valor y una imagen favorable en los consumidores, siendo un factor clave dentro de la competencia del sector comercial. Para entrar en una competencia sana y exitosa frente a otras empresas, es vital conocer las necesidades y deseos de los clientes y velar por la satisfacción de los mismos.

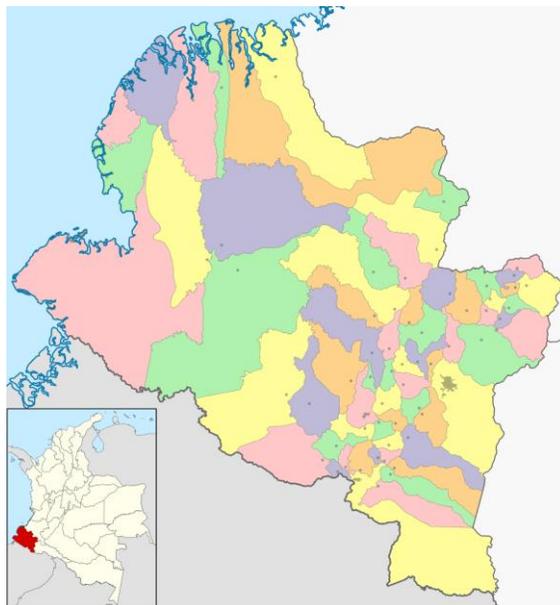
1.9.5. Marco Contextual

San Juan de Pasto es la capital administrativa del departamento de Nariño, ubicado al suroccidente colombiano. Según como se describe en la página oficial de la Alcaldía de Pasto

(2020) “político-administrativamente se divide en 12 comunas y 17 corregimientos. Ocupa una superficie de 6.181 kilómetros cuadrados, su cabecera municipal se ubica a una altitud de 2.527 metros sobre el nivel del mar”.

Además, según el Centro Iberoamericano de Desarrollo Estratégico Urbano - CIDEU (s.f), Pasto cuenta con un aproximado de 392.000 habitantes.

Figura 7.
Mapa del departamento de Nariño



Nota: Departamentos y capitales de Colombia. (s.f.). Mapa del Departamento de Nariño.
[Imagen]. Departamentos de Colombia. Colombia.

<https://departamentosdecolombia.com/departamento/narino/>

Figura 8.
San Juan de Pasto



Nota: Expedia. (s.f.). San Juan de Pasto. [Fotografía]. Expedia.
<https://www.expedia.com/es/San-Juan-De-Pasto.dx2884>

En materia académica, según se describe en la página oficial del Sapiens Research (2021), cuyo propósito es analizar las diversas dinámicas académicas e investigativas de las instituciones de educación superior y media de Colombia, en la ciudad de Pasto existen un total de 97 colegios, de los cuales 58 son oficiales, 87 pertenecen al calendario A y 9 al calendario B.

En cuanto a instituciones de Educación Superior en Pasto, según el Observatorio de la Universidad Colombiana (2023), en el municipio existe un total de 18 IES, de las cuales, 6 han sido fundadas en la Ciudad y las otras 12 son provenientes de otras regiones que han llegado para cubrir el mercado local.

Tabla 1.*Instituciones de Educación Superior con Oferta en el Departamento*

Instituciones de Educación Superior con Oferta en el Departamento			
Institución de Educación Superior (IES)	Sector	Acreditación Institucional	Nro. de municipios
CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPI PRIVADA	PRIVADA		6
CORPORACION UNIVERSITARIA AUTONOMA DE NARIÑO -ALU PRIVADA	PRIVADA		1
CORPORACION UNIVERSITARIA REMINGTON	PRIVADA		4
FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN	PRIVADA		2
INSTITUCION UNIVERSITARIA CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORE PRIVADA	PRIVADA		1
PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA	PRIVADA	SI	1
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE-SENA	OFICIAL		29
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO	PRIVADA		1
UNIVERSIDAD CES	PRIVADA	SI	1
UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA	PRIVADA		1
UNIVERSIDAD DE CARTAGENA	OFICIAL	SI	1
UNIVERSIDAD DE MEDELLIN	PRIVADA	SI	1
UNIVERSIDAD DE NARIÑO	OFICIAL		3
UNIVERSIDAD DE PAMPLONA	OFICIAL		1
UNIVERSIDAD DEL VALLE	OFICIAL	SI	1
UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA	PRIVADA	SI	1
UNIVERSIDAD MARIANA	PRIVADA		4
UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD	OFICIAL		2
UNIVERSIDAD SANTO TOMAS	PRIVADA	SI	1

Fuente: MEN – SNIES, Fecha de corte: abril de 2015

Nota: Tabla tomada del Ministerio de Educación. Educación Superior 2014 - Síntesis Estadística Departamento de Nariño. 2014

Entre las Instituciones fundadas en la Ciudad de Pasto, se encuentra la Universidad Mariana, una institución de educación superior católica, considerada como la primera universidad privada en el departamento de Nariño, tal y como se describe en su página oficial.

La Universidad inició como una propuesta efectuada durante el II Congreso Internacional de Exalumnas Franciscanas, celebrado en 1964.

Según se relata en la página oficial de la universidad (s.f)

Fue así como el 14 de enero, en el acto de clausura del II congreso internacional de exalumnas se decidió elevar la solicitud a la Congregación de Hermanas Franciscanas de María Inmaculada para la creación de un Centro de Educación Superior en esta ciudad con el propósito de continuar el nivel de formación de los estudiantes, especialmente de la mujer nariñense, por cuanto la Comunidad ofrecía una educación desde kínder hasta el bachillerato, pero era necesario su complementación universitaria.

Es así como, tras la construcción de las instalaciones y la firma del Acuerdo de Cooperación Técnica y Científica entre la Confederación Suiza y la República de Colombia

El 2 de mayo de 1967, por oficio No. 31734, el Ministerio de Educación Nacional autoriza a las Hermanas Franciscanas para iniciar labores. Por sugerencia del Señor Obispo, Monseñor Jorge Alberto Giraldo Restrepo, se habilitó un local provisorio para dar inicio a la carrera intermedia de Educación Social y Familiar; fue así como el martes 10 de octubre de 1967 se inauguró el Instituto Mariano con una ceremonia religiosa y un acto cultural presidido por Monseñor Giraldo Restrepo y por el Dr. José María Salazar Bucheli, Gobernador de Nariño.

En 1968, el Ministerio de Educación Nacional mediante Resolución No. 1398 del 31 de mayo, concede licencia de funcionamiento al Instituto Mariano. Fuente: Página oficial Universidad Mariana, (s.f)

Debido a la consolidación académica y administrativa del Instituto, para el año de 1983, el Ministerio de Educación Nacional le otorgó el reconocimiento como Universidad, por lo cual, a partir de ese momento, su nombre cambió a Universidad Mariana, el cual se mantiene hasta el presente.

Figura 9.
Campus Universidad Mariana, Pasto



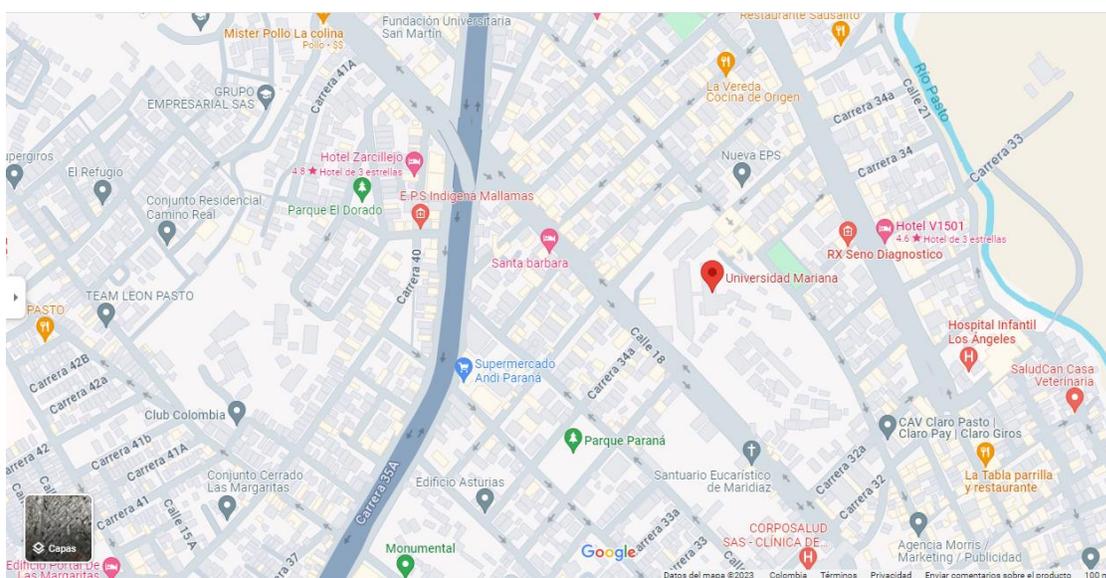
Nota: Universidad Mariana. (s.f.). Portafolio Integrado de Consultorías y Servicios de la Universidad Mariana. [Fotografía]. Universidad Mariana. Pasto, Colombia.

<https://www.umariana.edu.co/conecte/portafolio-servicios-conecte.pdf>

La sede principal de esta institución se encuentra ubicada en la Cl 18 #34 - 104, Barrio Maridíaz, Pasto, Nariño.

Figura 10.

Mapa: Ubicación de la Campus Principal de la Universidad Mariana



Nota: Captura de la ubicación, de autoría propia de la presente Investigación. 2023

En la actualidad, la Universidad Mariana de Pasto cuenta con un total de 5 facultades: Facultad de Educación, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias de la Salud, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas y Facultad de Ingeniería, a las cuales se encuentran adscritos una variedad de programas académicos tanto de pregrado como de posgrado.

La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, específicamente, según se describe en la página oficial de la Universidad (s.f),

Forma profesionales competentes, con alto sentido de la ética, fundamentada en los principios institucionales y de su profesión; promueve la investigación, la creación, la

transferencia del saber universal, el cultivo de las artes, las humanidades, las ciencias y la tecnología para la transformación regional.

Actualmente, la Facultad cuenta con un total de 4 programas académicos de pregrado y 2 de posgrado.

Entre ellos encontramos al Programa de Comunicación Social, el cual cuenta con más de 10 años de experiencia. Dedicado a la formación de profesionales integrales en 3 campos específicos de la Comunicación: Para el Desarrollo y el Cambio Social, Lenguajes y Medios, y Comunicación Estratégica y emprendimiento.

Figura 11.

Logo del Programa de Comunicación Social (azul), Universidad Mariana



Nota: Programa de Comunicación Social. (s.f.). Logo oficial Programa de Comunicación Social. Página oficial de Facebook. [Imagen]. Comunicación Social. Pasto, Colombia.
<https://www.facebook.com/comunicacionsocialUM?mibextid=ZbWKwL>

Comunicación Social es el único programa con modalidad presencial de la región, además, tal y como se menciona en su página oficial (s.f), este se encuentra “Acreditado en Alta Calidad. Resolución No. 005557 del 5 de abril de 2023 del Ministerio de Educación Nacional.”

Cuenta con un total de nueve semestres, de los cuales ocho son teórico-prácticos y el último está dedicado completamente a la práctica profesional. Durante el proceso de formación, los estudiantes pueden acceder a diferentes herramientas que les permite aplicar los conocimientos adquiridos.

Uno de ellos es el Laboratorio de medios, el cual según el artículo 3, del Acuerdo 190 de 2015, se define como: “un espacio de apoyo a los procesos pedagógicos, de investigación y de proyección

social del Programa de Comunicación Social” (p.1, capítulo I). Este cuenta con equipos (computadoras MAC) y, a su vez, una bodega en donde se encuentra material como: cámaras, trípodes, iluminación, entre otros., necesarios principalmente para la producción de contenido audiovisual.

Por otra parte, desde el 2018, tras una propuesta realizada por estudiantes durante un Congreso Internacional que organiza la Facultad, denominado Reflexionando las Disciplinas, al Laboratorio de Medios se integra a Cítrico, una plataforma, en aquel entonces con formato blog, cuyo propósito era brindarles un espacio a los estudiantes para la difusión de sus creaciones surgidas de las clases.

Figura 12.
Banner Revista Cítrico



Nota: Revista Cítrico. (s.f.). Banner pie de página Revista Cítrico. Sitio oficial. [Imagen].
Revista Cítrico. Pasto, Colombia. <https://www.revistacitrico.com/>

Inicialmente, la revista fue realizada a través de la versión gratuita que ofrece la plataforma para el desarrollo web: Wix. Sin embargo, tras ver el auge que estaba teniendo la revista, a finales del 2019, tras un acuerdo entre los colaboradores en conjunto con el director Héctor Rosero, se decide pagar el dominio a Wix. Desde ese momento, la página empezó a figurar en los buscadores como Revistacitrico.wixsite.com.

También, a partir de este momento, pasa de ser un medio abierto ante cualquier intervención, a estructurarse un comité editorial, conformado en aquel entonces por los docentes Felipe Criollo, Héctor Rosero, Christian Moreno, Andrés Mora y Carolina Revelo, quienes se encargaron de proyectar la revista desde sus diferentes roles, pero también de revisar los artículos postulados para su publicación.

Para las primeras publicaciones, la visión estaba centrada en un aspecto periodístico que integrase los mejores trabajos obtenidos de cada semestre en las diferentes materias. Cabe señalar, además, que las primeras publicaciones se categorizaban por secciones alternativas creadas por los estudiantes, en donde se encontraban: Periodismo, A un clic y Al Radar.

Este formato tipo blog con estas categorías se mantuvo así hasta mediados/finales del año 2021, momento en el cual, el actual docente Juan Pinzón, diseñador editorial, conoce la existencia de la revista, decide vincularse al proyecto y, finalmente, propone una transformación en el diseño de la plataforma, que permitió darle una nueva imagen a la revista, partiendo desde su logo hasta el formato en que se manejaba, pero que también implicó una variación en la manera en cómo se abordaba Cítrico.

La Revista pasó de estar dividida en tres categorías a, actualmente, estar categorizada bajo 5 formatos: texto, fotografía, audiovisual, multimedia y podcast, dándole apertura a otros espacios académicos y abriéndose a nuevos contenidos que no únicamente tuvieran que ver con lo textual.

Fue así como, tras un proceso riguroso por parte del equipo de trabajo, la revista fue transformándose poco a poco, sin perder su esencia y, a mediados del primer semestre del 2023, se realizó el relanzamiento oficial, el cual incluía un nuevo diseño, pero en donde, además, se daba a conocer un logro de la revista, que fue conseguir el ISSN.

El número de registro ISSN de este medio de comunicación es: 2981-3832, el nombre oficial de la publicación es: "Revista Cítrico", el título abreviado que generó la Biblioteca Nacional a la Revista Cítrico es: "Rev. Cítrico". La periodicidad del medio es: "continuamente actualizado". Las entidades responsables del medio son: "Programa de Comunicación Social, Editorial UNIMAR, Universidad Mariana. La fecha de asignación del registro ISSN fue el 26/04/2023. (Página oficial de la Revista Cítrico, 2023)

Adicionalmente, se realizó un reajuste en el equipo de trabajo, pasando a ser integrado por los docentes: Andrés Mora, quien recientemente había sido nombrado director del Programa de Comunicación Social; Felipe Criollo, Nataly Insuasti, John Rodríguez, Juan Pinzón y los monitores de aquel entonces: Juan Felipe Izquierdo y Ángela Muriel.

Finalmente, en materia de reajustes, para el segundo semestre del 2023, se integra un nuevo docente al equipo de trabajo: Yubar Portilla, diseñador web. Tras su vinculación, se realizó la migración de la revista desde Wix a WordPress “una plataforma más completa”, según Juan Pinzón, docente y actual coordinador creativo de la revista, en donde, si bien se respetó el concepto, también se realizaron unos ajustes en el diseño, permitiendo tener una definición más precisa de las categorías y los respectivos formatos para el contenido publicado; con el objetivo de que cada profesor tenga la posibilidad, dentro de sus materias, de ver contenido que pueda empezar a formar parte de Cítrico.

Adicional a esto, la revista abrió un espacio llamado ‘Conversa’, un programa de entrevistas cuyo equipo de trabajo es el mismo de cítrico, pero en donde, cabe resaltar, varían las funciones de sus integrantes.

Actualmente, la revista está generando una publicación semanal, en donde los estudiantes creadores del contenido, “han pasado de pensar únicamente el texto por el texto a pensarse todo en conjunto (incluyendo texto, audio, imagen y video)”, señala Juan Pinzón.

El “último voto de confianza”, como lo expresa el docente, se vio al autorizar, desde la Universidad, la creación de un Instagram propio de la revista, el cual, actualmente (14 de abril de 2024), cuenta con 311 seguidores, 37 publicaciones y más de 5000 visualizaciones en algunos de sus contenidos, principalmente los que se encuentran en formato reel.

Figura 13.
Página de Instagram de Revista Cítrico



Nota: Revista Cítrico. (s.f.). Revista Cítrico. Página oficial de Instagram. [Imagen]. Revista Cítrico. Pasto, Colombia. <https://www.instagram.com/textimueblesdecolombiaoficial/>

1.9.6. Marco Ético

Con el fin de garantizar la transparencia desde la propuesta, pasando por el desarrollo, la aplicación y la entrega de resultados del presente trabajo, se desarrolla a continuación, una serie pautas éticas esenciales para lograr un proceso efectivo en la definición de lineamientos de comunicación en la Revista Cítrico del programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, Pasto.

Este marco ético busca reflejar valores fundamentales, entre ellos la integridad, transparencia y responsabilidad en la comunicación. Los autores del proyecto se comprometen con la veracidad, evitando la manipulación de datos o tergiversación de los acuerdos establecidos entre ella y la Revista. Adicionalmente, se garantiza que, durante todo el proceso, primará el respeto deseos autores hacia los integrantes de Cítrico y, así mismo, se espera que el equipo de trabajo también mantenga presente este principio hasta el final del proceso y posterior al mismo.

Con lo anterior, también se aclara que, el respeto no únicamente hace referencia al trato entre los involucrados, sino que también se promoverá el respeto a la diversidad y equidad, garantizando una representación justa de perspectivas, evitando discriminación y estereotipos. La confidencialidad y privacidad serán prioritarias, respetando la información confidencial y manejándola con total responsabilidad.

En esta medida, se precisa que, todo el material adjunto en el presente proyecto, tales como: fotografías, ilustraciones, estadísticas, audios, fotografías y vídeos brindados por la Revista u obtenidos durante el proceso, serán con fines exclusivos de la investigación para el óptimo cumplimiento del objetivo. En caso de que se presente la necesidad de ser difundidos, con antelación se avisará a quien se encuentre al frente del medio en el momento para la respectiva autorización mediante un consentimiento informado.

De igual manera, se fomenta un enfoque objetivo, permitiendo la participación desde las diversas opiniones y evitando sesgos injustificados. La transparencia en las fuentes y en el proceso es una norma, revelando claramente las fuentes de información y manteniendo prácticas profesionales transparentes.

Además, la responsabilidad social se incorpora en este proceso, evitando la propagación irresponsable de información dañina. La honestidad en la comunicación con la audiencia es fundamental, siendo claros sobre el contenido y el concepto, y respondiendo de manera abierta a sus comentarios.

Asimismo, todo se basará y desarrollará conforme a las normativas legales y éticas, cumpliendo con las leyes y códigos de ética reconocidos en el ámbito de la comunicación digital en Colombia.

Este marco ético no solo establece principios fundamentales, sino que también sienta las bases para la creación de lineamientos que promuevan una práctica comunicacional ética y responsable en Cítrico. Se recuerda que, el cumplimiento del objetivo general está orientado hacia consolidar un medio organizado en su interior que, finalmente, se vea reflejado en un aporte significativo y beneficioso tanto para la Revista como para la comunidad académica que utiliza esta plataforma como medio de difusión.

Por otra parte, se aclara que toda la ejecución de este proyecto ha sido previamente evaluada por los integrantes de la Revista Cítrico, quienes han decidido aceptar y participar de manera voluntaria.

Por último, se reitera que, una vez finalizado todo el proceso de investigación, se informará a los colaboradores sobre los resultados obtenidos, se atenderán las respectivas recomendaciones y, finalmente, tras culminar con el proceso de corrección, se les hará entrega de un Manual de Estilo, en formato virtual, completamente terminado, lo cual significa que, a partir de ese momento, la modificación/implementación del mismo corre por cuenta del equipo editorial, en función de sus requerimientos.

1.11. Metodología de la investigación

1.11.1. Paradigma

El paradigma bajo el cual se aborda la presente investigación es cualitativo. Lo anterior, teniendo en cuenta la naturaleza y finalidad del proyecto, en donde se pretende aplicar una serie de técnicas e instrumentos de recolección de información para, finalmente, realizar una interpretación de la información obtenida.

Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018)

La investigación desde la ruta cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en su ambiente natural y en relación con el contexto.

Seleccionas el enfoque cualitativo cuando tu propósito es examinar la forma en que ciertos individuos perciben y experimentan fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados. (p.390)

Es decir, en el paradigma cualitativo, el investigador busca obtener información mediante estrategias que permitan crear cercanía con el sujeto de estudio y, de este modo, poder comprender e interpretar la realidad social de los mismos.

Para Bautista (2021), la investigación cualitativa

... hace registros narrativos de los fenómenos, trabaja con el discurso de la gente, es decir la comunicación verbal y no verbal, y los estudia mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas, entre otras, que difieren en sus objetivos del método cuantificable. (p.11)

Por otro lado

... el objetivo de la investigación cualitativa es la comprensión y se centra en la indagación de los hechos, en el papel personal que adopta el investigador desde el conocimiento de la investigación, así como su interpretación de los sucesos y acontecimientos, lo que se espera es una descripción densa, una comprensión experiencial y múltiples realidades. El investigador no descubre, sino que construye el conocimiento. (Stake, 1995, como se cita en Balcázar et al., 2007, p. 23)

En conclusión, la investigación cualitativa permite construir conocimiento con base en la interpretación de la información obtenida a través de la aplicación de diferentes técnicas tales como: entrevistas, observación, grupos focales, análisis documental, entre otras. En el caso del presente trabajo, al ser cualitativo, el acercamiento con la población objeto de estudio (Revista Cítrico), permite tener una mejor comprensión de las necesidades de la misma y de su situación actual. Así mismo, como resultado de lo anterior, se construye conocimiento mediante la creación de la identidad conceptual y los lineamientos de comunicación, que evidencian cada uno de los puntos de vista del investigador y de los sujetos que forman parte de la muestra.

1.11.2. Enfoque

El enfoque histórico-hermenéutico en la investigación cualitativa facilita la interpretación de la información recopilada y la comprensión de los significados y percepciones de las experiencias subjetivas de la población estudiada. Para implementar este enfoque, es esencial una interacción continua entre el investigador y la población objeto de estudio.

Dentro de la presente investigación, se pretende conocer, interpretar y comprender los diferentes procesos de comunicación que se llevan a cabo al interior de la Revista *Cítrico* del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, en relación con la publicación de contenidos; de igual manera, se busca entender la percepción que tienen sus integrantes frente a la identidad de la misma.

Para Bautista (2021), lo histórico - hermenéutico “es un método interpretativo que posibilita el diálogo entre un horizonte de entendimiento y el mundo vital desde el cual está siendo visto, trascendiendo los referentes de espacio y tiempo”. (p. 98)

Por otra parte, Bautista (2021) indica que

La concepción histórico-hermenéutica se aparta de la idealización de neutralidad e imparcialidad teniendo en cuenta que en este tipo de investigación se trata de cancelar lo que es la persona del investigador, sino de tomar conciencia de quién es y con base en ese saber, dialogar con apertura de miras. En este enfoque, la razón solo es concebible como real e histórica, por lo que no es posible un conocimiento universal y desde la distancia. (p.95)

Finalmente, Castaño y Montoya (2018) señalan que:

Otro elemento a destacar de los componentes paradigmáticos de la perspectiva histórico-hermenéutica es el relativo a la relación sujeto-objeto y los valores involucrados en dicha relación ... el investigador se sumerge en la realidad para captarla y comprenderla, lo que implica que dicha relación es de dependencia y participación, es decir, no es posible captar la complejidad del problema si el investigador no se involucra en éste, participa e interactúa como un sujeto más en dicha realidad. (p.52)

En esta medida, las fuentes de información son: el equipo editorial de la Revista (director, coordinadores, editora, diseñador y practicante) y también hay interacción con quienes han participado en la revista a través de sus trabajos periodísticos. Esto permite una mejor comprensión e interpretación de la situación y del contexto frente a la publicación de contenidos y a la identidad conceptual mencionadas al inicio de este punto, para que posteriormente se vean reflejadas en la construcción de procesos de comunicación dirigidos a la Revista *Cítrico*.

1.11.3. Método

El método que se utiliza para la presente investigación es inductivo. Lo anterior, debido a que, se parte desde la experiencia de los sujetos de estudios, en este caso, los integrantes del equipo editorial de la Revista Cítrico y también de una situación específica, para finalmente generar unas conclusiones y conceptos que aporten a la creación de nuevo conocimiento.

Palmett (2020), señala que

... el inductivo desde la experiencia hacia la idea abstracta, la idea abstracta es la teoría o los conceptos, mientras que la experiencia son los pensamientos, vivencias, percepción y opinión del sujeto que ha cultivado desde el quehacer cotidiano diario laboral, profesional u otro campo. (p.38)

Por su parte, Hernández - Sampieri y Mendoza (2018), indican que

En la ruta cualitativa predomina la lógica o razonamiento inductivo, dirigiéndose de lo particular a lo general. Primero explorar y describir individualidades, para posteriormente generar teoría. Por ejemplo, en un estudio cualitativo típico, el investigador entrevista a una persona, analiza los datos que obtuvo y deriva conclusiones; posteriormente, entrevista a otro ser humano, examina esta nueva información y revisa sus resultados y conclusiones; posteriormente, ya que se está efectuando una narración consecutiva de cómo se lleva a cabo un estudio cualitativo.

Es decir, procede caso por caso, dato por dato, hasta llegar a una perspectiva más general. (p.9)

Como se mencionó en el enfoque, la recolección de la información se logra gracias a la participación del equipo de trabajo de la Revista Cítrico y también de algunos estudiantes, docentes y egresados, quienes han publicado sus trabajos académicos en la Revista. Esto, a través de diferentes técnicas e instrumentos que permiten conocer el estado actual de los procesos de la revista y la percepción de estos frente a la misma, a partir de sus experiencias.

Después, tras esta interacción, se generan una serie de conclusiones y conceptos que se ven reflejados en la identidad conceptual y en los lineamientos plasmados en el manual de estilo. Aportando, de esta manera, a la coherencia y calidad editorial, y también a la claridad en los objetivos de la Revista.

1.11.4. Tipo

Finalmente, la presente investigación se considera de tipo descriptiva. Lo anterior, debido a que, tal y como se lo menciona a lo largo de la metodología, lo que se pretende es obtener información por medio de la interacción con los sujetos de estudio, para realizar un diagnóstico de la situación actual, de las diferentes percepciones y pensamientos, para, finalmente, comprender, interpretar y describir los hallazgos obtenidos durante el proceso.

Hernández - Sampieri y Mendoza (2018), afirman que

Los estudios descriptivos pretenden especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, miden o recolectan datos y reportan información sobre diversos conceptos, variables, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o problema a investigar. En un estudio descriptivo el investigador selecciona una serie de cuestiones (que, recordemos, denominamos variables) y después recaba información sobre cada una de ellas, para así representar lo que se investiga (describirlo o caracterizarlo). (p.108)

De igual manera, (R. Gay, 1996, como se citó en Nicomedes 2018), asegura que “La investigación descriptiva, comprende la colección de datos para probar hipótesis o responder a preguntas concernientes a la situación corriente de los sujetos del estudio. Un estudio descriptivo determina e informa los modos de ser de los objetos.” (p.2)

A partir de lo anterior, se puede decir que, una de tipo descriptiva bien estructurada, permite caracterizar a una población o a un contexto determinado. En el caso de la presente investigación, se identifican criterios, cualidades, perspectivas y antecedentes de la Revista *Cítrico*, con la

finalidad de comprender la situación actual del objeto de estudio en relación con los criterios en la selección de contenidos por parte del equipo editorial y la identidad conceptual de la Revista.

1.11.5 Población y muestra / Unidad de trabajo y unidad de análisis

La población o unidad de trabajo con la cual se desarrolla el presente proyecto es ‘Cítrico’, una revista universitaria perteneciente al Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, Pasto.

Por otro lado, la muestra o unidad de análisis requerida para la obtención de información veraz, está conformada por un público interno que, en este caso, sería el comité editorial: director del Programa, Coordinadora Ejecutiva, Coordinador Creativo, Coordinador de Contenidos, Coordinador Podcast, Editora, Diseñador UX y Practicante de comunicación. Así mismo, como parte de la aplicación de las técnicas para el primer objetivo de diagnóstico, también se cuenta con el público externo de la Revista; es decir, estudiantes, docentes y egresados, quienes han publicado sus trabajos en Cítrico, ya que es de vital importancia conocer su percepción frente a la revista y a los contenidos de esta.

Es importante señalar que, para la presente investigación, se recurre a la técnica de muestreo no probabilístico, específicamente la muestra de expertos, la cual hace referencia a “la necesidad de la opinión de personas que conozcan profundamente del fenómeno que se pretende abordar, son usuales en las investigaciones cualitativas y exploratorias, para construir hipótesis más precisas y lo fundamental para construir diseños de cuestionarios.” (González, s.f, p. 13)

Lo anterior, teniendo en cuenta que, por la naturaleza y el objetivo de la presente investigación, es de vital importancia que la muestra esté conformada por los integrantes de la población a la que está dirigida.

1.11.6. Técnicas e instrumentos de recolección de información

A continuación, se presentan las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de información necesaria para la construcción del presente trabajo.

La elección de estas surgió a partir de la categorización precisa de cada uno de los objetivos específicos mediante una matriz (ver anexo B). Lo anterior se realizó para garantizar la transparencia y veracidad de la información recopilada.

1.11.6.1. Entrevista semiestructurada

La entrevista es una técnica de recolección de información utilizada mayormente en investigaciones cualitativas por el acercamiento que se genera entre el investigador y el sujeto de estudio al momento de su realización. Consiste en una conversación entre dos o más personas, en donde una cumple el rol de entrevistador y se encarga de hacer una serie de preguntas a la otra persona o grupo de personas, con el fin de obtener información, opiniones, puntos de vista o perspectivas sobre un tema en específico.

Al respecto, Bautista (2021), señala que:

La entrevista es una técnica de investigación que permite obtener datos mediante un diálogo entre el investigador y el entrevistado. Puede verse como una conversación que tiene una intencionalidad y una planeación determinada, las cuales dirigen el curso de la charla en razón del objetivo estipulado previamente. ... Su ventaja esencial radica en que son los mismos actores sociales quienes proporcionan los datos relacionados a sus actitudes, comportamientos, juicios, intereses y expectativas, información que sería imposible obtener mediante una observación externa del asunto. (pp. 240 - 241)

Por su parte, la entrevista semiestructurada es un tipo de entrevista cuyo propósito es otorgar estructura y flexibilidad a la conversación, de manera simultánea. Es decir, con este formato, el entrevistador tendrá una serie de preguntas o temas predefinidos, pero también la posibilidad de indagar en temas adicionales que surjan durante la entrevista y que vayan acorde tanto al objetivo de la investigación como al objetivo del encuentro.

Para ello, Sabino (como se citó en Bautista, 2021) define a la entrevista no directiva o semiestructurada como

... aquélla en que existe un margen más o menos grande de libertad para formular las preguntas y las respuestas. No se guían por un cuestionario o modelo rígido, sino que

discurren con cierto grado de espontaneidad, mayor o menor según el tipo concreto de entrevista que se realice, entre las que encontramos la entrevista informal, la focalizada y la guiada. (p. 244)

Teniendo en cuenta lo anterior, para la presente investigación se define la técnica de entrevista semiestructurada de tipo focalizada, debido a que, si bien se sigue una ruta predefinida mediante unas preguntas guía, la intención de los encuentros con cada uno de los integrantes del equipo editorial, consiste en orientar la entrevista, pero permitiéndoles a los entrevistados expresarse libremente en el tema a tratar.

Bautista (2021) define a la entrevista semiestructurada-focalizada, como aquella en que

El entrevistador propone orientaciones básicas sobre el tema a tratar, pero deja hablar sin restricciones al entrevistado, vigilando que no se desvíe hacia otros temas distintos; en caso de que esto ocurra, el entrevistador vuelve a centrar la conversación sobre el primer asunto, y así repetidamente. (p. 244)

Es importante señalar que, esta técnica está directamente relacionada con el primer objetivo específico, debido a que, en este se pretende diagnosticar los procesos de comunicación que se están llevando a cabo dentro de la Revista *Cítrico*, en relación con la selección y publicación de contenidos.

En esta medida, las entrevistas se realizarán al público interno de la revista, es decir, el equipo editorial, el cual está conformado por: el director del Programa, la Coordinadora Ejecutiva, el Coordinador Creativo, el Coordinador de Contenidos, el Coordinador Podcast, la Editora, el Diseñador UX y la Practicante. Esto debido a que, cada uno de los colaboradores mencionados anteriormente, cumplen una función importante dentro de la revista y, de igual manera, tal y como se mencionó en la descripción del problema, actualmente, cada uno de ellos es encargado de revisar el contenido relacionado a sus competencias y experiencias profesionales.

Para lo anterior, se establece como instrumento un formato de entrevista, el cual incluye la ficha técnica y también el cuestionario con las preguntas, cuya temática central es indagar sobre los criterios de selección y publicación de contenido actuales.

A continuación, se presenta un resumen (descripción y objetivo) del instrumento a aplicar, para una mejor comprensión de lo anteriormente expuesto:

Descripción: El formato de entrevista consiste en una ficha técnica y un cuestionario compuesto de 10 preguntas orientadoras, las cuales fueron aplicadas al público interno de la revista digital ‘Cítrico’ (equipo editorial). (Ver anexo C)

Las entrevistas se realizaron de manera presencial, en las instalaciones del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana. Así mismo, se señala que, para su realización se contó con el debido consentimiento por parte de cada uno de los participantes, a quienes se les expuso el objetivo del encuentro y con quienes, de manera personal, se establecieron los horarios destinados a la aplicación del instrumento.

Objetivo: Conocer los criterios de selección que posee el público interno (equipo editorial) de la Revista Cítrico, en relación con la selección de contenidos en sus diferentes formatos (texto, fotografía, audiovisual, multimedia y podcast).

1.11.6.2. Encuesta

La encuesta es una técnica de recolección de información utilizada tanto para la investigación cualitativa como para la cuantitativa, que permite recopilar datos de una muestra representativa, con el fin de obtener información sobre las opiniones y percepciones de estos, frente a un tema determinado.

Al respecto, (Cea, 2001, como se citó en Useche et al., 2019) señala que

La encuesta puede definirse como la aplicación de un procedimiento estandarizado para recabar información (oral o escrita) de una muestra amplia de sujetos. La muestra ha de ser representativa de la población de interés; y la información se limita a la delineada por las preguntas que componen el cuestionario precodificado, diseñado al efecto. (p. 31)

En el caso de la presente investigación, la encuesta permite tener un acercamiento a la percepción que tiene el público externo (estudiantes, docentes y egresados) quienes ha participado

en la Revista Cítrico con trabajos periodísticos en los diferentes formatos, frente a los criterios de selección que se están manejando al interior de la Revista Cítrico

Esta técnica, de igual manera, está relacionada con el primer objetivo específico, puesto que, su aplicación continúa siendo parte de un diagnóstico que se realiza a los diferentes públicos, con el objetivo de conocer la percepción de los mismos frente a los criterios de selección que se manejan al interior de la Revista.

Además, la aplicación de esta técnica en conjunto con la entrevista permitirá la triangulación de información entre lo que dice su público interno, la manera en que realmente se está llevando a cabo y la percepción que se tiene entre sus públicos externos.

Como instrumento para llevar a cabo la aplicación de la misma, se desarrolla un cuestionario a través de la herramienta Google Forms, el cual es enviado a cada uno de los participantes, con un mensaje adjunto que da claridad sobre el objetivo del mismo y la importancia de su aplicación.

Sobre el cuestionario como instrumento de la encuesta y las preguntas que se incluyen dentro del mismo, Quispe y Sánchez (2011) mencionan que:

... de acuerdo a la forma en que este instrumento se elabore y se redacte dependerán los resultados del éxito requerido, porque ninguna encuesta podrá obtener buenos resultados con un cuestionario mal planteado, ambiguo o impreciso.

Para la buena elaboración y construcción del cuestionario se debe tomar en cuenta lo siguiente:

En la elaboración del instrumento: Realizar las respuestas de acuerdo a las necesidades requeridas, ordenando las preguntas en relación a su pertinencia y tener cuidado con la formulación incorrecta de las preguntas.

Respecto al orden de los reactivos: Las preguntas difíciles de contestar por la honestidad del encuestado deben ir al final, cuando se haya ganado su confianza, se podrá repetir dos a tres veces, aquellas preguntas que posean la misma información, pero con diferente

redacción, este control permitirá detectar si el encuestado es honesto o está mintiendo. (p. 493)

Ahora bien, para una mejor comprensión frente al instrumento que se aplicó, se realizan las siguientes precisiones:

Descripción: El instrumento para la encuesta consiste en un formato que contiene una ficha técnica y un cuestionario compuesto de 9 preguntas cerradas, las cuales fueron aplicadas al público externo de la revista digital ‘Cítrico’ (docentes, estudiantes y egresados, quienes han participado como colaboradores de la Revista a través de sus trabajos periodísticos). (Ver anexo D)

Las encuestas se realizaron de manera virtual y personal para cada encuestado. El formulario de Google con las preguntas se envió, inicialmente, por correo electrónico; sin embargo, teniendo en cuenta la poca receptividad por parte de los estudiantes, se decidió aplicar mensajería instantánea WhatsApp. Así mismo, se señala que, para su realización, se contextualizó a los participantes frente al objetivo y la importancia de su aplicación.

Objetivo: Conocer la percepción del público externo (docentes, estudiantes y egresados), frente a los criterios de selección manejados por la revista cítrico, para los diferentes formatos (texto, fotografía, audiovisual, multimedia y podcast).

1.11.6.3. Perfil de Capacidad Interna - PCI

El Perfil de Capacidad Interna es una herramienta utilizada en las fases de diagnóstico de investigaciones en comunicación estratégica, que permite evaluar las fortalezas y debilidades de la organización en relación con las oportunidades y amenazas presentes en el entorno. La realización de esta se deriva del análisis de los factores/capacidades internas que afectan, de manera positiva o negativa, las decisiones y estrategias a desarrollarse en la organización.

Al respecto, (Serna, 2008, como se citó en Eljadue y Jiménez, 2017), señala que el Perfil de Capacidad Interna es “el medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la compañía en relación con las oportunidades y amenazas que le presenta el medio externo”. (p. 28)

Por su parte, Arias y Vergara (2016) indican que

... esta herramienta permite hacer un diagnóstico estratégico involucrando los factores que afectan su operación corporativa y determinando el impacto de cada capacidad en el desarrollo de la organización.

Para el caso del PCI, se entiende como impacto el grado de importancia de la variable seleccionada dentro de la capacidad con respecto a la razón de ser de la empresa.

El PCI examina cinco categorías.

- Capacidad tecnológica
- Capacidad financiera
- Capacidad competitiva
- Capacidad directiva
- Capacidad de talento humano. (p.49-50)

En el caso de la de la presente investigación, el desarrollo de un Perfil de Capacidad Interna permite diagnosticar la situación actual de las capacidades/factores internos en relación con los procesos de comunicación para la selección de contenidos en la Revista. Además de determinar si, según su estado, son una fortaleza o una debilidad y el impacto que están generando en Cítrico.

Para su aplicación, el instrumento desarrollado consiste en una Matriz PCI. A continuación, se presenta una descripción más detallada de la misma para una mejor comprensión:

Descripción: El instrumento para el Perfil de Capacidad Interna consiste en una matriz compuesta de cuatro columnas denominadas Factores/Capacidades, Fortalezas, Debilidades e Impacto, respectivamente. A su vez, las columnas dos, tres y cuatro se subdividen en tres columnas cada una para la calificación de Alto, Medio o Bajo. En total, se evalúan 9 factores orientados a procesos de comunicación para la selección de contenidos, obtenidos a raíz del prediagnóstico y del diagnóstico realizado a través de la entrevista y la encuesta. (Ver anexo E)

Objetivo: Diagnosticar la situación actual de los procesos de comunicación interna relacionados con la selección y publicación de contenidos, y su impacto en la Revista Cítrico.

1.11.6.4. Grupo focal

El grupo focal es una técnica de recolección de información cualitativa, a la que algunos investigadores consideran como un tipo de entrevista. Esta se caracteriza por el encuentro entre varias personas que posibilita el intercambio de ideas mediante el debate o el diálogo sobre un tema en particular, a partir de los conocimientos y experiencias de cada participante. Para que el encuentro se lleve a cabo de la manera esperada, es importante que el investigador se convierta en un moderador que oriente el tema a tratar mediante preguntas orientadoras previamente diseñadas.

Aigner (s.f), señala que

Las entrevistas logradas mediante la estrategia de grupos focales tienen como propósito registrar cómo los participantes elaboran grupalmente su realidad y experiencia. Como todo acto comunicativo tiene siempre un contexto (cultural, social), entonces el investigador debe dar prioridad a la comprensión de esos contextos comunicativos y a sus diferentes modalidades. Esta modalidad de entrevista grupal es abierta y estructurada: generalmente toma la forma de una conversación grupal, en la cual el investigador plantea algunas temáticas - preguntas asociadas a algunos antecedentes que orientan la dirección de la misma, de acuerdo con los propósitos de la investigación. (p. 3)

De igual manera, es importante tener en cuenta que el número de participantes es relativo y dependerá del objetivo del encuentro y la información que se requiera obtener del mismo; sin embargo, sí se considera pertinente que los grupos focales estén conformados por una muestra pequeña para una interacción más efectiva.

Al respecto, Bautista (2021) indica que:

Planificar una investigación con grupos focales implica: decidir el número de grupos que se estructurarán teniendo en cuenta que cada uno de ellos constituye una unidad de análisis en sí mismo; decidir el tamaño de los grupos entre 6 a 12 sujetos; seleccionar los participantes y determinar el nivel de involucramiento del investigador como moderador. (p. 247)

Ahora bien, con base en lo anteriormente expuesto, es importante señalar que, para la presente investigación, la aplicación de la técnica grupo focal será llevada a cabo con el equipo editorial de

la Revista (director, coordinadores, editora, diseñador y practicante), cuyo objetivo es emitir ideas que permitan definir la identidad conceptual de la revista: Quiénes somos, objetivos, misión, visión, valores, personalidad y público objetivo, de manera conjunta entre la investigadora y los integrantes de Cítrico.

Para dar cumplimiento a la técnica, se recurre al uso de un cuestionario con preguntas orientadoras, que permitan definir las pautas necesarias para orientar el encuentro. De igual manera, se tiene en cuenta lo siguiente para una mejor comprensión del instrumento:

Descripción: El instrumento para el grupo focal consiste en formato con una ficha técnica y un cuestionario con 15 preguntas orientadoras, aplicadas al público interno de la Revista Cítrico (equipo editorial). (Ver anexo F)

El grupo focal se realizó de manera presencial en las instalaciones de la Universidad Mariana, durante el espacio programado para la reunión semanal del equipo editorial. Así mismo, se resalta que el encuentro fue estipulado con anterioridad, informándole de manera oportuna a cada colaborador de la Revista, posibilitando contar con la participación del equipo editorial completo.

Objetivo: Construir la propuesta de identidad conceptual de la Revista Cítrico, mediante el trabajo colaborativo entre la investigadora y el equipo editorial (director del Programa, Coordinadora Ejecutiva, Coordinador Creativo, Coordinador de Contenidos, Coordinador Podcast, Editora, Diseñador UX y Practicante de comunicación).

1.11.6.5. Mesa Redonda

Con el propósito de avanzar en el desarrollo del tercer objetivo, se propone la metodología de la “Mesa Redonda” como técnica de investigación. Puesto que se considera útil en este progreso de las fases de la investigación, ya que aportará en el diseño y mejoramiento del manual de estilo de la Revista Cítrico del programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana. En esta medida, es importante que, previo a socializar el producto final, se pueda presentar con antelación el manual de estilo al equipo editorial de la Revista, permitiendo conocer sus percepciones y aportes, lo que posibilita potenciar el diseño del ya mencionado manual.

En este orden de ideas, la técnica de mesa redonda se define según Cruz (2024), “Como mesa redonda se denomina a la dinámica de debate que convoca a un grupo de participantes entre 6 u 8, sin diferencias ni jerarquías, para presentar y desarrollar sus opiniones y puntos de vista sobre determinada materia.” (p. 3). Por consiguiente, en el presente trabajo de grado se convierte en una herramienta que beneficia en la creación y diseño del manual de estilo, lo anterior mediante un diálogo abierto entre participantes y expositores, dando espacio a una revisión específica del producto a presentar, permitiendo la recolección de diferentes perspectivas por parte de los integrantes de la Revista Cítrico. De igual manera, es necesario brindar otra definición sobre en qué consiste la mencionada técnica en donde se expone lo siguiente Cruz (2024):

La mesa redonda es un acto comunicativo, de exposición oral, que es conducida por un moderador e integrada por un grupo de participantes o expositores, que puede o no contar con la presencia de un público. Su estructura se divide en cuatro partes: **la presentación e introducción**, **el cuerpo de la discusión**, **la sesión de preguntas y respuestas**, y **la conclusión** (p. 5).

Según lo anterior, se pretende poner en práctica la técnica de la mesa redonda en función de la presente investigación, al evaluar los lineamientos estratégicos propuestos por los autores, para una correcta selección y publicación de contenido en la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, mediante la interacción y proceso participativo con el equipo editorial de la Revista Cítrico.

En este sentido, para efectuar el desarrollo de la metodología de la mesa redonda, se formuló como instrumento lo siguiente: inicialmente, se reúne al equipo editorial de la Revista Cítrico y se da paso a la socialización del manual de estilo. Posterior a esto, se da paso al diálogo que, como se ha mencionado anteriormente, es un espacio participativo que posibilita el enriquecimiento en la construcción final del manual a través de opiniones profesionales, por ende, se propone un formato de preguntas orientadoras que conlleve a un diálogo fluido.

¿Los lineamientos estipulados dentro del manual de estilo son coherentes con su percepción de la Revista Cítrico?

¿Los lineamientos se adaptan al entorno de la comunidad educativa de la Universidad Mariana que se ve interesada en publicar en la Revista Cítrico?

¿La comunidad comprenderá los posibles tecnicismos empleados dentro del manual de estilo?

¿La estética visual del manual de estilo contribuye a la comprensión del mismo?

¿El manual de estilo es coherente y adaptable a las necesidades de la Revista Cítrico y del entorno de la comunidad estudiantil?

En efecto, se tiene como objetivo indagar acerca de los lineamientos definidos, revisar su diseño, funcionalidad y adaptabilidad al entorno de la Revista Cítrico. Por último, estas respuestas consignadas en archivos de audio permiten una validación clara del manual de estilo.

Descripción: Para la realización de la mesa redonda, se requiere la participación del equipo editorial de la Revista, compuesto por el director del Programa, la Coordinadora Ejecutiva, el Coordinador Creativo, el Coordinador de Contenidos, el Coordinador Podcast, la Editora y el Diseñador UX, puesto que son profesionales y conocedores del proceso de la Revista Cítrico.

Por otro lado, son los participantes de la presente investigación, los encargados de moderar la Mesa Redonda, generando preguntas que permitan abrir el diálogo con los participantes, a medida que se vayan socializando los resultados obtenidos en cuanto al diseño y contenido del manual de estilo, de tal modo se genera el conocimiento requerido de mano del equipo editorial, frente a la estipulación, diseño y funcionalidad de los lineamientos consignados en el manual. Un punto importante, es poder recolectar la información a través de grabaciones de audio que conlleven a clasificar las observaciones, oportunidades de mejora y correcciones, que sean propuestas por los expertos que participan en la mesa redonda.

Para el ejercicio, se posee un tiempo estimado de 40 minutos, que se distribuirá en socialización, retroalimentación y posibles dudas. Por último, posterior a la clasificación de los resultados obtenidos se verán reflejados los cambios en la última versión del manual de estilo. (Ver anexo G).

Objetivo: Generar un diálogo participativo con el objetivo de validar y fortalecer la creación de lineamientos y diseño del manual de estilo para la Revista Cítrico del programa de Comunicación Social de Pasto.

2. Presentación y discusión de resultados

En este apartado se presenta el análisis de la información recopilada mediante la aplicación de diversos instrumentos creados para alcanzar los objetivos específicos establecidos en el punto 1.11.6 del documento.

La investigación integró las perspectivas del público interno y externo de la Revista *Cítrico*, en consonancia con las teorías y definiciones propuestas en el marco referencial para el objetivo general, específicamente la teoría de la Comunicación Estratégica y la de la Cultura Digital.

En primera instancia, la teoría de la Comunicación Estratégica enfatiza la planificación, ejecución y evaluación de estrategias que permiten alcanzar metas organizacionales. En este sentido, los autores citados aportan elementos fundamentales para el desarrollo del trabajo.

Guevara (2018, citado en Lobo, 2019) sostiene que la comunicación estratégica debe garantizar una coherencia simbólica en los procesos organizacionales, lo cual resulta directamente aplicable al proceso llevado con cada uno de los objetivos. La coherencia simbólica asegura que la revista mantenga una narrativa consistente tanto en su comunicación interna, dirigida al equipo editorial, como en su comunicación externa hacia colaboradores y audiencia en general. Esto permite que la misión, visión y valores de *Cítrico*, al igual que las diferentes pautas generales y editoriales se reflejen de manera precisa en los contenidos que se difunde, brindándole una mayor congruencia, organización, posicionamiento y conexión con sus audiencias.

Por su parte, Tironi y Cavallo (2006, citado en Benavides y Gómez, 2018) destacan que la comunicación estratégica actúa para gestionar el prestigio y la credibilidad, elementos esenciales para enfrentar las tensiones y crisis propias del entorno actual. Esto resulta relevante en el contexto de *Cítrico*, una revista universitaria reconocida por la Biblioteca Nacional de Colombia y en la búsqueda de la acreditación del Journalism Trust Initiative (JTI), donde la credibilidad y el prestigio son activos intangibles fundamentales para su posicionamiento dentro del ámbito académico y cultural. La gestión adecuada de estos aspectos contribuye a que la revista sea percibida como una fuente confiable de contenidos socioculturales en la región, lo que refuerza la importancia de implementar una identidad conceptual y diseñar lineamientos de comunicación orientados a la consolidación de su reputación.

Por su parte, la definición de Cultura Digital presentada se enfoca en la facilidad al acceso y la difusión de contenidos a través de diversos canales digitales, lo que es aplicable en Cítrico, en la medida en que su interés radica en llegar a un público diverso y fomentar la participación de estudiantes, docentes y egresados en un entorno digital. Pese a lo anterior, también se encontró que la teoría de la Cultura Digital no aplica completamente en este contexto, puesto que, su enfoque en la creación y consumo rápido de contenido no responde a las necesidades específicas de Cítrico, ni tampoco al objetivo general de la presente investigación, en donde, si bien se requiere del aprovechamiento tecnológico, también se busca salir de la inmediatez para garantizar la publicación de contenido académico de calidad.

A partir de lo anterior, es importante señalar que la propuesta titulada “Fortalecimiento de los procesos de comunicación interna y externa de la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social - Universidad Mariana”, surge en 2023 a partir de un acercamiento con Nataly Insuasti, profesora del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana y Coordinadora Ejecutiva de la Revista Cítrico. Durante este encuentro, se manifestó la necesidad de diseñar un manual de estilo que estableciera lineamientos claros para la selección y publicación de contenidos. Este manual permitiría consolidar de manera formal y organizada la revista, al mismo tiempo que mejoraría su relación con el público objetivo.

Una vez definida la propuesta y posterior al manifiesto diálogo con la profesora Nataly Insuasti, también surgió la necesidad de realizar un pre diagnóstico, que permitiera conocer las percepciones de los demás integrantes, en el que se evidenciara su sentir y los intereses requeridos por el equipo en pleno.

De esta manera, durante el periodo 2024-1, específicamente a inicios del mismo, se realizaron entrevistas a dos de los colaboradores con mayor trayectoria dentro de la revista: los profesores Juan Pinzón y Felipe Criollo. Adicionalmente, en el mismo periodo, como parte del pre diagnóstico, los investigadores tuvieron la oportunidad de asistir a tres de las reuniones programadas por el equipo editorial, para poder entablar un diálogo con ellos, pero también para poder realizar una observación participante que permitiera generar un avance de la propuesta con mayor claridad y solidez. Resultado de lo anterior, se obtuvo lo siguiente:

Desde su creación en 2018, *Cítrico* ha enfrentado desafíos relacionados con la falta de continuidad en sus procesos internos y debates constantes frente a los productos que llegan a la Revista para ser publicados, al no existir una guía precisa para la selección y publicación de contenidos. Aunque en 2019 se elaboró un documento con información sobre antecedentes, estructura, misión, visión y criterios de publicación de *Cítrico*, este dejó de implementarse y no había sido actualizado para reflejar los cambios organizativos y editoriales que ha experimentado en los últimos años.

De igual manera, durante el proceso de investigación se identificaron otros documentos no oficiales creados con la intención de formalizar los procesos internos y externos de *Cítrico*. Sin embargo, se determinó que estos tampoco estaban siendo aplicados, y algunos miembros del equipo desconocían su existencia o manifestaron inconformidad con su contenido. Esta situación, lejos de mitigar las debilidades existentes, generaba nuevas problemáticas relacionadas con el clima laboral, dificultaba la toma de decisiones y limitaba el avance efectivo en el cumplimiento de las metas propuestas para la revista.

Adicionalmente, durante el diagnóstico inicial, se evidenciaron otras debilidades que afectan el desempeño del medio digital: la falta de una identidad conceptual sólida, la ausencia de lineamientos formales de comunicación, y la desorganización estructural. Además, la inexistencia de un organigrama actualizado y una planeación estratégica bien definida, lo que generaba una desconexión entre los objetivos organizativos y las prácticas diarias.

Tras el análisis de esta situación y el procesamiento de la información, se determinó la necesidad de priorizar la definición de la Identidad Conceptual y de los Lineamientos de Comunicación, conllevando el planteamiento de la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo contribuir al fortalecimiento de los procesos de comunicación de la Revista *Cítrico* del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana en Pasto, mediante el establecimiento de lineamientos de comunicación orientados a la selección y publicación de contenidos?

Para abordar esta problemática, se definieron tres objetivos específicos con sus respectivas técnicas e instrumentos para la recolección de la información, descritos a continuación:

Para el primer objetivo: “Diagnosticar los procesos de comunicación existentes, en relación con la selección y publicación de contenidos en la Revista *Cítrico* del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana - Pasto”, se recurrió a la técnica de la entrevista, la encuesta y el Perfil de Capacidad Interna (PCI), cada uno con sus respectivos cuestionarios y matrices, según requerimientos.

Por otra parte, para el segundo objetivo: “Establecer la identidad conceptual necesaria para el oportuno mejoramiento de los procesos de comunicación de la Revista *Cítrico* del programa de Comunicación Social, de la Universidad Mariana - Pasto”, se utilizó el Grupo Focal como técnica para la recolección de información, el cual también contó con su respectiva matriz que incluía ficha técnica, cuestionario y análisis.

Finalmente, para el tercer objetivo: “Diseñar el manual de estilo de la Revista *Cítrico* del programa de Comunicación Social, de la Universidad Mariana - Pasto”, se llevó a cabo una mesa redonda, como técnica que permitiera la retroalimentación por parte del equipo editorial, hacia la propuesta generada por los investigadores.

Para conocer en detalle la definición de estas técnicas e instrumentos, puede ver la matriz de categorización de objetivos en el Anexo B de este documento.

Una vez establecidas estas técnicas e instrumentos y habiendo finalizado el avance de la propuesta, el 13 de junio de 2024 se realizó la sustentación, que dio paso a la aprobación de la propuesta por parte de las juradas Nataly Insuasti y Diana Rosero y, por consiguiente, a la autorización para comenzar con el trabajo de campo.

El inicio de la aplicación de los instrumentos tuvo lugar el 19 de junio de 2024, fecha en la cual se comenzaron a realizar las entrevistas a algunos de los colaboradores de la Revista, así como también se empezaba con la aplicación de la encuesta a estudiantes, docentes y egresados quienes hayan publicado sus contenidos en *Cítrico* hasta esa fecha.

Posteriormente, una vez finalizada la aplicación de estos instrumentos, en el mes de agosto de 2024 se dio paso a la sistematización PCI, matriz que permitió condensar toda la información obtenida, a partir de unas categorías predeterminadas, para facilitar el análisis de la información

recolectada. De igual manera, a finales del mismo mes, se llevó a cabo el Grupo Focal, correspondiente al segundo objetivo, tal cual como se planteó anteriormente.

Por último, para dar cierre al trabajo de campo, tras haber sistematizado, analizado y procesado la información obtenida en los dos primeros objetivos, se dio paso a la construcción del Manual de Estilo, el cual, después de ser aprobado por el asesor del presente proyecto, John Gómez, fue compartido a la totalidad de colaboradores de la revista mediante el correo electrónico, así como también fue socializado ante los asistentes a la mesa redonda, para la obtención de la retroalimentación, dando cumplimiento al tercer objetivo de la investigación.

El procesamiento y análisis de la información recolectada con la aplicación de instrumentos permitió obtener los siguientes productos/resultados: un Manual de Estilo que no solo establece los criterios para la selección y publicación de contenidos, sino que también define la filosofía corporativa de la revista, incluyendo su misión, visión, objetivos valores, personalidad y público objetivo. Además, un organigrama actualizado y una planificación estratégica que clarifica las funciones de cada miembro del equipo editorial, promoviendo una mejor distribución de tareas y una comunicación interna más efectiva.

Los nuevos lineamientos, de ser aplicados a cabalidad, generarán un flujo de comunicación más eficiente entre los colaboradores, así como también el análisis de nuevos puntos que deberán ser evaluados por todo el comité editorial, mejorando el clima laboral y optimizando los procesos necesarios para dar cumplimiento a los proyectos a corto, mediano y largo plazo con la Revista.

Para una mejor comprensión de lo descrito, a continuación, se presenta el análisis desarrollado para cada uno de los objetivos:

2.1. Diagnóstico de los procesos de comunicación existentes, en relación con la selección y publicación de contenidos en la Revista Cítrico

Para darle cumplimiento al primer objetivo específico de la presente investigación *“Diagnosticar los procesos de comunicación existentes, en relación con la selección y publicación de contenidos en la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social de la*

Universidad Mariana - Pasto”, se contó con el desarrollo de tres técnicas de recolección de información:

- Entrevistas semiestructuradas a público interno de la Revista *Cítrico* del Programa de Comunicación Social.
- Encuestas a público externo: estudiantes, docentes, egresados y externos, quienes han sido colaboradores de la *Cítrico*.
- Matriz PCI (Perfil de Capacidad Interna).

De acuerdo con lo anteriormente mencionado y teniendo en cuenta la finalidad de la aplicación de los instrumentos en mención, se podría decir que estos se relacionan con la teoría del diagnóstico comunicacional, en su definición propuesta por Amira et al. en 2014 expuesta en el punto 1.9.3 del presente trabajo.

La Teoría del Diagnóstico Comunicacional, como su nombre lo indica, enfatiza la importancia de desarrollar un diagnóstico como parte esencial de cualquier proceso de comunicación. Este diagnóstico se fundamenta en la evaluación de diversos factores, incluyendo la percepción de los públicos frente a la situación de la organización analizada. En este caso, se centró en el análisis de las percepciones de los integrantes de la revista, así como de estudiantes, docentes, egresados y colaboradores externos vinculados a *Cítrico* a través de sus publicaciones. Para llevar a cabo este análisis, se utilizaron entrevistas y encuestas como instrumentos de recolección de información. Posteriormente, los resultados fueron sintetizados mediante la implementación de la Matriz PCI (Perfil de Capacidad Interna).

De acuerdo con Amira et al. (2014), el diagnóstico permite comprender cómo una organización se comunica interna y externamente, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. En este trabajo, aunque el enfoque principal estuvo en las fortalezas y debilidades internas de la revista, también se consideró la relevancia de su comunicación externa, lograda a través de las encuestas dirigidas a públicos externos. La teoría también señala que un diagnóstico debe seguir una ruta específica. Primero, se debe definir un proceso metodológico que garantice resultados efectivos. Luego, es necesario iniciar la recolección de datos para identificar

características clave que permitan determinar fortalezas, debilidades y necesidades de la organización. Finalmente, el diagnóstico debe conducir al desarrollo de estrategias que solventen los puntos débiles identificados.

En relación con el primer objetivo del trabajo de grado, la teoría se refleja en un enfoque procesual similar al planteado por Amira et al. Inicialmente, se identificó la necesidad de comprender las percepciones tanto internas como externas mediante entrevistas al equipo editorial y encuestas a colaboradores de la revista. Estos instrumentos permitieron captar diferentes perspectivas sobre los procesos y lineamientos de comunicación. Considerando la cantidad de información obtenida, se utilizó la Matriz PCI para categorizar y sintetizar los datos, facilitando la identificación de fortalezas y debilidades, así como la priorización de los aspectos más críticos que afectan a Cítrico.

La recolección de datos se desarrolló de manera sistemática. En primer lugar, las entrevistas con el equipo editorial se enfocaron en diagnosticar los lineamientos existentes para cada formato de la revista y en analizar los roles asumidos por los docentes. Simultáneamente, se aplicaron encuestas a estudiantes para evaluar su percepción sobre la identidad conceptual y los lineamientos de comunicación de la revista, así como su impacto en la audiencia. Posteriormente, los resultados obtenidos se sistematizaron en la Matriz PCI, lo que permitió un diagnóstico más preciso al caracterizar categorías clave como la estructura organizacional, la identidad conceptual y los lineamientos de comunicación.

Finalmente, el análisis evidenció varias debilidades que deben ser abordadas, destacándose dos de ellas como prioritarias debido a su impacto significativo en la revista: la necesidad de definir una identidad conceptual clara (incluyendo misión, visión, objetivos, valores y público objetivo) y la creación de un manual de estilo que establezca criterios específicos para la selección y publicación de contenidos. Estas conclusiones proporcionan una base sólida para la implementación de estrategias que fortalezcan los procesos internos y externos de comunicación de Cítrico.

En esta medida, a continuación, se presentan los análisis para cada uno de los instrumentos aplicados en el primer objetivo de investigación.

2.1.1. Entrevistas a público interno

El primer instrumento llevado a cabo para dar cumplimiento al primer objetivo de investigación, consistió en una entrevista semiestructurada descrita a continuación:

Inicialmente, es importante mencionar que esta técnica se relaciona con la definición propuesta por Bruno (s.f), puesto que hace énfasis en la manera en cómo el reconocimiento y la comprensión de las prácticas sociales y los procesos internos desde la experiencia de cada individuo, son fundamentales para entender el contexto de estudio. Adicionalmente, no solo se relaciona con la teoría, sino que, también evidencia el método propuesto en el punto 1.11.3. de la presente investigación, que señala su característica inductiva, en donde se parte de conceptos específicos, para la construcción de nuevos conocimientos más generales.

Con lo anterior, la entrevista justamente se convierte en ese elemento que permite conocer la visión de cada uno de los participantes frente a la manera en cómo se están llevando a cabo los procesos de comunicación al interior de la Revista. Además, el diagnóstico individualizado facilita una mayor apertura y autenticidad en las opiniones de los integrantes, permitiendo así una interpretación del contexto que resulta más sólida y fiable.

La muestra total para la entrevista fue de diez participantes: siete de ellos docentes del programa de Comunicación Social y colaboradores de Cítrico: Andrés Mora, Director del Programa; Nataly Insuasti, Coordinadora Ejecutiva; John Rodríguez Saavedra, Coordinador de Contenidos; Juan Pinzón, Coordinador Creativo; Felipe Criollo; Coordinador Podcast, María Ángela Montenegro y Yubar Portilla, Diseñador Web.

También se contó con la participación de Marilyn Calvache y Edison Benavides, estudiantes de Comunicación Social, quienes estuvieron vinculados a la revista durante varios semestres académicos como monitores, pero también como Gestores de Comunicación. Además, es importante señalar que, durante su labor, ellos también dejaron precedentes documentados frente a imagen corporativa y planes estratégicos de comunicación que fueron compartidos para su inclusión dentro del presente proyecto.

Finalmente, también se obtuvo la entrevista de Daniela Meza, practicante de noveno semestre durante el periodo 2024-1, quien estuvo a cargo de la Redes Sociales durante este tiempo.

Las entrevistas se realizaron en las instalaciones de la Universidad Mariana durante los meses de junio y agosto de 2024. El tiempo estimado para la aplicación con cada uno de los colaboradores fue de una hora, en donde previamente les fue informado sobre la grabación de sus respuestas, procediendo al registro en grabación de audio, en donde respondieron a un cuestionario de preguntas abiertas, cada uno de 9 preguntas.

De la misma forma, se crearon 5 apartados con preguntas adicionales específicas, que permitieron indagar sobre los formatos actualmente estipulados y concretados por colaboradores de la Revista Cítrico: texto, fotografía, audiovisual, podcast y multimedia. Estas preguntas fueron aplicadas a partir del rol que cada integrante cumple dentro de la revista.

Posteriormente, las grabaciones de audio se sometieron a un proceso de desgravado mediante la herramienta para periodistas Pin Point de Google, para, posteriormente, organizar y analizar las respuestas de los entrevistados. (Ver anexo I). Resultado de la sistematización se obtuvieron las siguientes categorías de análisis que permiten simplificar y facilitar la comprensión de la información obtenida.

Se presenta la primera categoría que respecta a los **criterios de selección** para los contenidos propuestos por parte de la comunidad educativa.

Frente a este apartado, los participantes coinciden en que, en primera instancia, los contenidos deben cumplir con las especificaciones técnicas, pero un factor determinante es la narrativa y la composición de los productos propuestos. En esta medida, Juan Pinzón, señaló que “Es importante tener en cuenta el formato, es preferible el horizontal, respetar una estética. Que sean potentes visualmente y eso es lo primero segundo que sean proyectos bien desarrollados, no es solo tener fotos bonitas, sino que se debe respetar unas características”. De igual manera, durante otra de las entrevistas se mencionó que: “El aspecto primordial y para nosotros siempre va a prevalecer es la calidad, ¿qué es calidad? Si llega un texto con errores de ortografía no se publica, pero sí se acompaña”, Andrés Mora.

Por lo tanto, aquí se definen dos aspectos relevantes: el cumplimiento de una guía técnica, que el equipo de crítico ya ha definido en diferentes documentos, pero también que deben ser productos creados con un mensaje claro y de calidad, lo cual conlleva a un respaldo académico por parte de los docentes del Programa de Comunicación Social.

Igualmente, es necesario esclarecer que, de manera unánime, los entrevistados manifestaron la importancia de que sean productos que conlleven un proceso de investigación periodística, para que el contenido narrativo sea coherente y provenga de fuentes fidedignas. Tal como menciona Criollo F. (en entrevista semiestructurada, 2024), ver anexo I, se “tiene que mirar la calidad de fuentes, que sean equilibradas, información que puede ser sostenida en un momento dado”. En este sentido dentro del manual de estilo se debe contemplar un apartado de reglas editoriales, el cual vele por la veracidad de las fuentes y el cuidado a las mismas.

Lo anterior da paso a evaluar sobre el público que, en estos momentos, está permitido para postular trabajos en la revista. En este apartado, se encontraron diferentes perspectivas entre los entrevistados, obteniendo la siguiente conclusión: cualquier integrante de la comunidad educativa de la Universidad Mariana puede publicar, esto incluye estudiantes activos, egresados o docentes, siempre y cuando haya un acompañamiento por parte de los docentes del programa. Además, personas externas de la revista pueden postular sus trabajos, igualmente siempre y cuando haya un acompañamiento académico orientado por los mismos docentes del programa de Comunicación Social para garantizar que el producto a publicar sea periodístico. Cabe resaltar que la prioridad es para estudiantes activos del programa, incentivando su desarrollo profesional y competitividad laboral.

Asimismo, se presenta la categoría de **calidad editorial**, donde los entrevistados coinciden en que es un factor fundamental para la revisión de contenidos: “yo creo que siempre los criterios van a estar apuntados a que cumpla con la calidad deseada. Si alguien desea postularse y que la idea sea buena, pero no cumpla con la calidad, se le hace un acompañamiento desde la revista”, Ángela Montenegro. Esta categoría permitió evaluar diferentes aspectos dentro del presente proceso de investigación que resultaron de gran aporte en el manual de estilo de crítico. Entre estos se encuentran:

La redacción dentro de los textos escritos, haciendo que los docentes hagan una veeduría en textos postulados, pues una buena redacción da garantía de que los productos cumplan con el primer criterio de calidad.

Igualmente, la coherencia en los productos, que estos respondan al contexto actual de la región nariñense; pero también la coherencia que apunta a productos fieles a la identidad corporativa de la revista.

Por otro lado, la originalidad que responde a factores como la citación, referencias y reconocimientos de las fuentes de información, permitiendo dar paso a contenidos creativos y responsables con la propiedad intelectual, haciendo reconocimiento a través de las citaciones y referencias que se amparan bajo la Constitución Colombiana en busca del reconocimiento de los derechos de autor.

Además, se evidenció una necesidad de llevar a cabalidad el proceso de revisión propuesto por el equipo de la revista, puesto que los entrevistados refirieron que en la actualidad no se realiza de manera adecuada. Por lo tanto, se debe esclarecer los lineamientos en beneficio de una revisión por pares y un respectivo *FeedBack* constructivo en pro de que las personas que postulen sus trabajos puedan vivenciar el proceso por el que atraviesa su contenido para determinar su viabilidad en la publicación o no.

Por último, la responsabilidad, siendo un factor fundamental con el público, tanto interno como externo de la revista, puesto que promueve la difusión de contenidos transparentes y con un lenguaje apropiado.

Por otro lado, también se evidenció una clasificación en cuanto a la estética de los productos: las imágenes y textos deben tener una composición coherente, los textos un excelente redacción y puntuación, narrativa clara que contengan un proceso de investigación y de examinación a las fuentes apropiadas que hagan parte de cada contenido propuesto. Asimismo, estos productos postulados deben apuntar al propósito de la revista para poder trabajar bajo una misma dirección.

En cuanto a la categoría de **Género y formato**, algunos de los entrevistados otorgaron respuestas que suscitaron un debate; lo anterior surge porque la definición dada por la Revista

Cítrico difiere al conocimiento de algunos colaboradores, por lo tanto, esto puede implicar confusiones. De esta manera, surge la necesidad de agregar una definición clave dentro del manual de estilo, que permita definir los dos aspectos mencionados anteriormente con base en teóricos que han sido referentes para Cítrico; permitiendo delimitar la manera en cómo deben estar compuestos los productos que se propondrán y cuál sería su organización dentro de las categorías manejadas el interior de la revista.

Algunos entrevistados compartieron autores que pueden dar luces sobre el cómo definir el género y el formato “qué dice Kapuscinski qué dice Martín Caparrós”; así mismo, dentro de la categorización realizada por el equipo editorial para los contenidos, se menciona a la autora Sonia Parrat como otro de los referentes.

En el mismo sentido, Pinzón J. (en entrevista semiestructurada, 2024), ver anexo I, refirió la definición con ejemplos claros sobre qué es género y formato “Forma, es la forma en que lo vas a presentar, video, foto, o audiovisual. Género es la lectura, el lenguaje que se utiliza, ya sea crónica, periodístico, opinión, columna”, de este modo, se deduce que el género es la forma de comunicar el producto y el género el medio en el que se comunica.

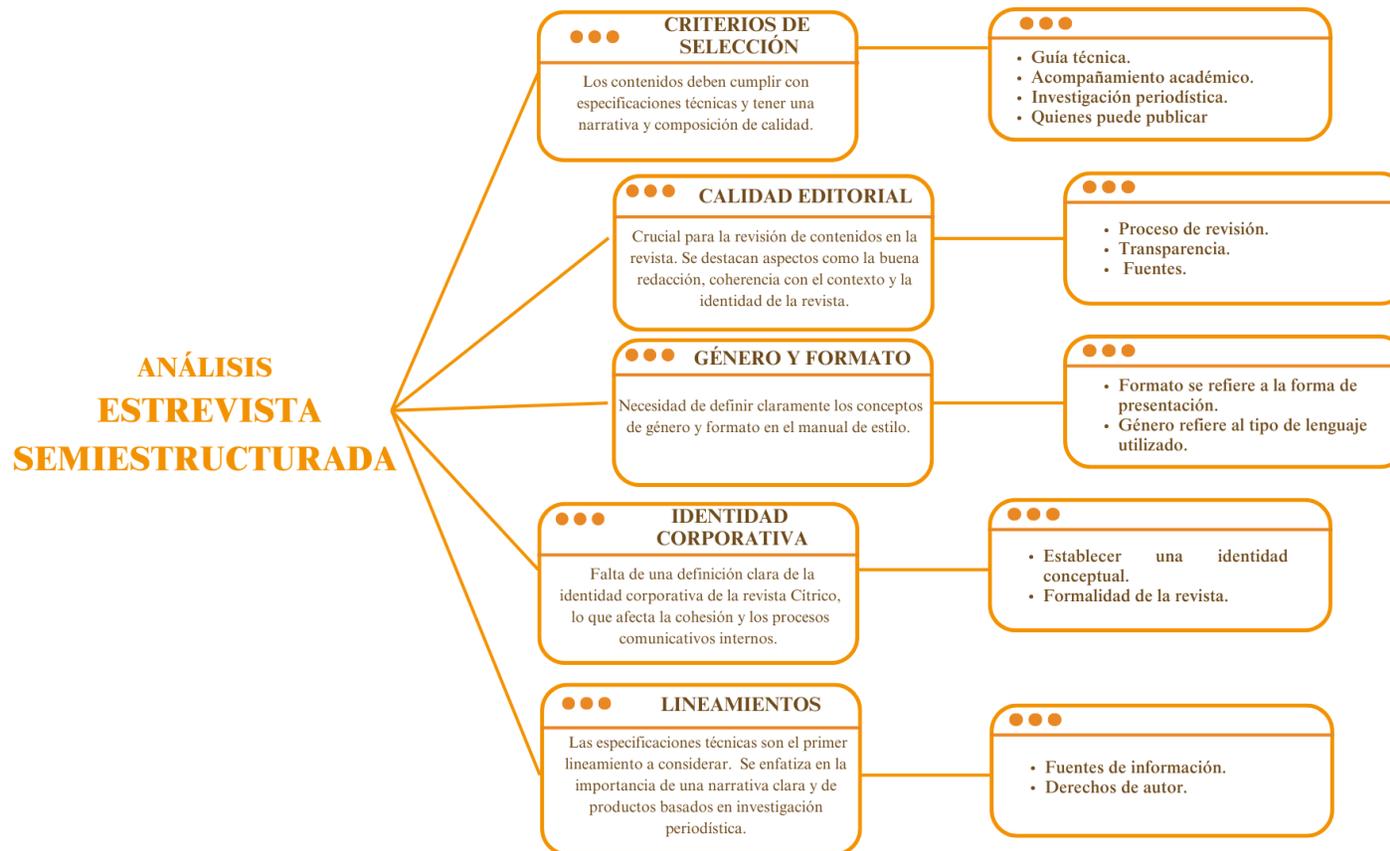
En la categoría **Identidad Corporativa** se evidenció ausencia de la definición del ser, quehacer y el deber ser de la revista Cítrico, lo anterior debido a respuestas titubeantes y subjetivas, en las que los participantes mencionaron que las definiciones generales estaban consignadas en un documento que hace parte de la revista, sin denotar mayor conocimiento frente a las preguntas que se les estaba realizando, orientando sus respuestas hacia una perspectiva personal. El tener ausencia de una cultura organizacional debilita la cohesión al interior del mismo equipo al igual que los procesos comunicativos internos y hace que los integrantes tengan una idea difusa de lo que son y lo que pretenden alcanzar.

Ahora bien, tal y como mencionó Montenegro A. (en entrevista semiestructurada, 2024), ver anexo I, “Yo creo que es importante porque una revista que aspira a hacer lo que aspira hacer como esta, requiere los mínimos de formalidad y de organización necesarios”. Es así como, tras el análisis, se confirma la necesidad de precisar la identidad conceptual de Cítrico, previo a cualquier definición de lineamientos.

Por último, se presenta la categoría de **Lineamientos**, aquí los entrevistados aseguran que las especificaciones técnicas son el primer lineamiento a tener en cuenta, aunque en sus respuestas no profundizaron en este aspecto, lo anterior debido a que dicha información se encontraba consignada en un documento realizado por el equipo de la Revista Cítrico, el cual fue puesto a disposición de los investigadores como base para la construcción del Manual de Estilo. En este documento, se evidencio contenido como la cantidad de fotos, el tamaño en píxeles, la cantidad de caracteres en texto, entre otros.

Se enfatiza en cuanto a lineamientos para la creación de una narrativa clara e insisten en que sean productos que conlleven una investigación previa de índole periodística. Adicional a esto, no se evidenció mayor información por parte de los entrevistados, pero vale aclarar que compartieron diferentes ejemplos en donde se encontraron lineamientos respecto a las fuentes de información, derechos de autor, tratamiento de la imagen entre otras características que son fundamentales para este trabajo investigativo.

Figura 14.
Resumen entrevistas semiestructuradas



Nota: la figura es un resumen de las categorías de análisis de la entrevista semiestructurada, Fuente: La presente investigación (2024).

2.1.2. Encuestas a público externo

El segundo instrumento consistió en encuestas, las cuales fueron aplicadas de manera digital a través de un formulario de Google, conformado por 9 preguntas cerradas, que fue enviado al público externo de la revista digital 'Cítrico' (docentes, estudiantes, egresados y externos, quienes han participado como colaboradores de la Revista a través de sus trabajos periodísticos) a través del correo institucional.

La teoría propuesta por Francés (2001, como se cita en Amira et al., 2014) se relaciona directamente con la aplicación de las encuestas al resaltar la importancia de contrastar fuentes y garantizar la calidad en los resultados obtenidos durante el proceso de diagnóstico. Según esta teoría, las encuestas son herramientas valiosas porque permiten captar la percepción de públicos diversos, ampliando el espectro de información y facilitando la detección de falencias que podrían quedar ocultas si el diagnóstico dependiera exclusivamente de fuentes internas o de un único instrumento.

En el caso de Cítrico, la aplicación de encuestas se diseñó específicamente para obtener información del público externo, incluyendo estudiantes, egresados y colaboradores ocasionales, que han interactuado con la revista desde perspectivas diferentes a las del equipo editorial. Este enfoque responde a la necesidad teórica de diversificar las fuentes de información, asegurando que se obtengan versiones complementarias sobre los mismos aspectos del caso de estudio. Las encuestas, además de ser una técnica estructurada y fácilmente replicable, permitieron recopilar datos cuantitativos sobre cómo este público percibe elementos clave como la identidad conceptual, los lineamientos de comunicación y el impacto de la revista en su audiencia.

El contraste entre las respuestas obtenidas a través de las encuestas y la información derivada de las entrevistas evidenció discrepancias importantes entre los públicos interno y externo. Por ejemplo, mientras el equipo editorial percibía que los lineamientos de comunicación no estaban claramente establecidos, las encuestas revelaron que los estudiantes y otros públicos externos consideraban que estos lineamientos sí eran suficientemente claros o visibles. Este hallazgo es consistente con la teoría de Francés, que enfatiza la necesidad de utilizar instrumentos como las

encuestas para identificar contradicciones y matices que puedan ser invisibles desde una sola perspectiva.

Las encuestas también cumplieron un papel fundamental al aportar un volumen significativo de datos que, al ser procesados y sintetizados en la Matriz PCI, facilitaron una caracterización más detallada de las fortalezas y debilidades de la revista. De esta manera, su aplicación no solo se alinea con el principio teórico de contrastar fuentes, sino que también demuestra cómo la metodología respaldada por esta teoría puede enriquecer el diagnóstico y permitir la priorización de estrategias que atiendan las percepciones externas en sintonía con las internas.

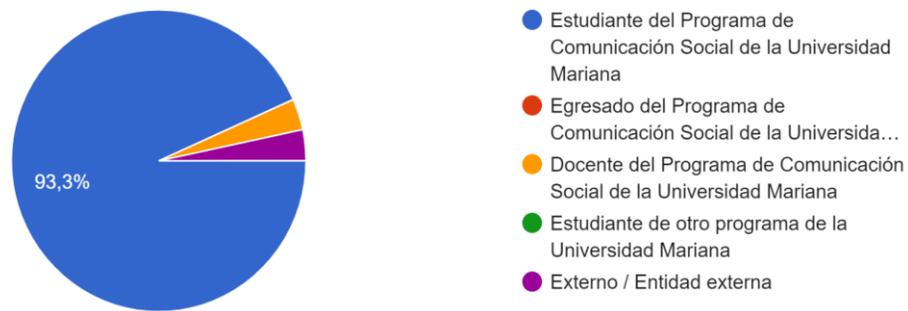
El formulario estuvo habilitado durante los meses de junio, julio e inicios de agosto de 2024. Es importante señalar que, para la fecha en que inició la aplicación de la encuesta, se determinó un total de 50 personas quienes habían publicado su contenido en *Cítrico*, sin embargo, la muestra final fue de 40 personas para evitar sesgos durante el diagnóstico, debido a que, algunas de ellas eran integrantes del equipo editorial de la Revista, ya no formaban parte de la Universidad o son investigadores del presente proyecto.

La técnica de muestreo utilizada para la implementación de la encuesta, fue la intencional o de expertos, debido a que, tal y como se expresó anteriormente, las personas encuestadas fueron seleccionadas previamente por los investigadores. De las 40 encuestas enviadas, finalmente se obtuvo un total de 30 respuestas.

A continuación, se presenta el análisis desarrollado con base en las gráficas obtenidas como resultado, tras la aplicación de los cuestionarios.

Figura 15.
Roles al momento de postular el contenido

Al momento de proponer su contenido, ¿qué rol desempeñaba dentro del ámbito educativo?
30 respuestas



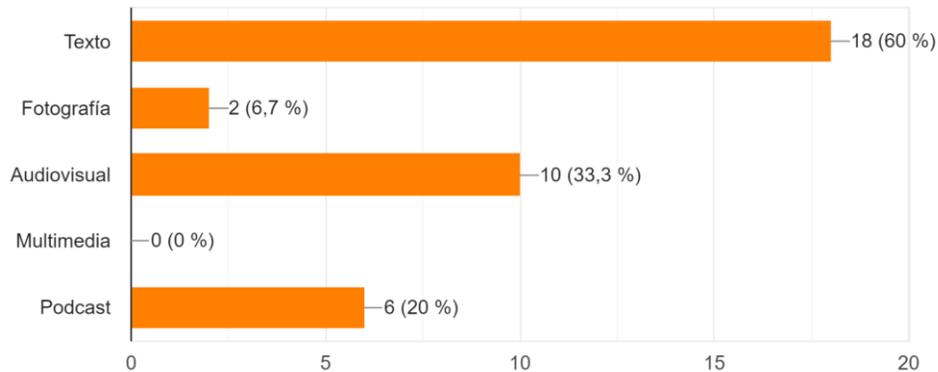
Fuente: La presente investigación (2024).

Los resultados arrojados en esta pregunta fueron los siguientes: un 93,3% de los encuestados marcó que, en el momento de postular su contenido a la Revista, eran estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, mientras que un 3,3% indicó haber sido docente del mismo programa y otro 3,3% señaló no formar parte de la Universidad, proviniendo de una entidad externa.

De esta manera, se evidencia que lo planteado en las entrevistas, donde se manifiesta que la Revista está orientada a la publicación de los contenidos producidos mayormente por los estudiantes, sí se está cumpliendo; sin embargo, esto no significa que se cierre la posibilidad de que participen otras personas, como egresados, docentes y/o externos, tal y como lo demuestran los porcentajes minoritarios.

Figura 16.
Formato del producto postulado

¿A qué formato pertenece el trabajo que usted postuló? (Seleccione varias opciones si es necesario)
30 respuestas



Fuente: La presente investigación (2024).

En este caso, el formato al que pertenece el 60% de los trabajos postulados, corresponde a texto, dando paso a dos interpretaciones: la primera, en donde se puede decir que es evidente que los estudiantes de Comunicación social están elaborando contenido de calidad mayormente relacionado con los formatos de texto y audiovisuales. Lo anterior puede ser derivado del plan de estudios, pero también de preferencias personales de los mismos.

El 33,3% pertenece a audiovisual, un 20% a podcast y, finalmente, un 6,7% que pertenece a fotografía. En el caso de multimedia, hasta el periodo en que fue aplicada la encuesta, aún no existían trabajos que hayan sido postulados en ese formato.

Ahora bien, a partir de las respuestas, los porcentajes entre formatos también evidencian, además de la afinidad de los estudiantes, en texto y audiovisual existen más géneros que posibilitan su participación de manera más amplia. Por ejemplo, en el caso del texto, en donde actualmente se encuentran los géneros de crónica, reportaje, opinión, entrevista e incluso literatura, aunque este último no corresponda a una producción periodística, pese a que durante las entrevistas fue manifestado el hecho de que *Cítrico* es una revista de periodismo.

Figura 17.
Razones para postular el contenido

¿Cuál fue la principal razón por la que postuló su trabajo a la Revista?
30 respuestas



Fuente: La presente investigación (2024).

En la gráfica se puede evidenciar que, respecto a la razón principal para haber postulado su trabajo a la revista, el 46,7% indicó haber tomado después de realizar un trabajo para una materia y el profesor haberle dicho que lo postule. Otro 26,7% señaló que consideró que el contenido de su producto es de gran relevancia y, por consiguiente, merecía ser difundido. Por otra parte, un 13,3% mencionó que cree que su/s trabajo/s cumplen con los requisitos necesarios para ser publicados en una revista.

Frente a las respuestas con los porcentajes más bajos se encontró que, un 3,3% quería colaborar con la revista, otro 3,3% lo requería para postularse a un premio de periodismo, otro 3,3% lo postuló por una articulación que existe entre la Oficina de Juventud de la Alcaldía de Pasto y el Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana para la creación de productos comunicativos. Finalmente, otro 3,3% señaló que la postulación de su trabajo fue algo que le solicitaron cuando era monitora en el programa.

Con base en esto, se puede percibir que, pese al esfuerzo de la Revista por generar un sentido de pertenencia en los estudiantes para que ellos mismos tengan interés en postular sus trabajos, siendo conscientes de los beneficios que esto les traería, aún predomina la postulación como

consecuencia de un trabajo resultado de clases y el docente incentivando la postulación. Se debe recordar que, tal y como mencionó uno de los integrantes del equipo editorial con mayor trayectoria dentro de la Revista, el objetivo principal durante sus primeros años de existencia, era que el contenido surgiera de las diferentes materias planteadas en el plan de estudios; situación que se continúa conservando.

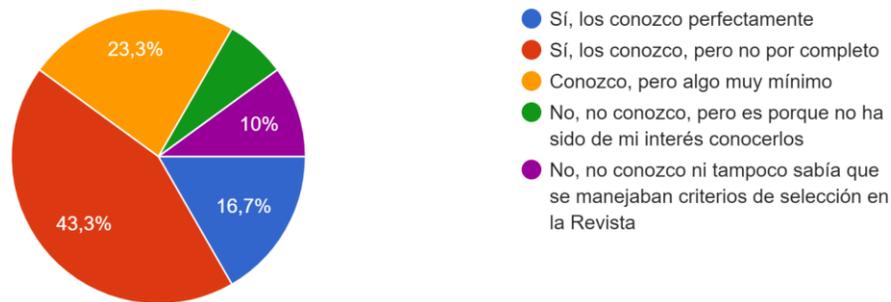
Teniendo en cuenta los porcentajes obtenidos, también se logra apreciar que, si bien aún no se ha logrado en su totalidad, sí se encuentran estudiantes quienes han empezado a percibir a la Revista como un medio importante para exponer sus contenidos de manera voluntaria.

Figura 18.

Conocimiento sobre los criterios de selección en la Revista Cítrico

¿Conoce los criterios de selección que maneja la Revista Cítrico con relación al formato al que pertenece su trabajo?

30 respuestas



Fuente: La presente investigación (2024).

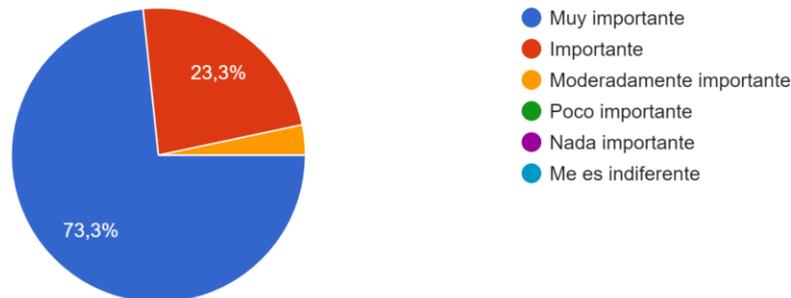
Frente a los criterios que maneja la Revista Cítrico para la selección de los contenidos a publicar, un 43,3% de los encuestados manifestó conocerlos, pero no por completo, otro 23,3% señaló conocer algo muy mínimo; un 16,7% dice conocerlos perfectamente, por el contrario, un 10% dice no conocerlos ni tampoco saber que se manejaban criterios de selección en la revista. Finalmente, un 6,7% también señala no conocerlos, pero porque no ha sido de su interés.

Ahora bien, estas respuestas se interpretaron de la siguiente manera: tal y como se observa en el párrafo anterior, la mayoría de personas (principalmente estudiantes), quienes han sido colaboradores de la revista, dicen conocer los criterios de selección que se manejan al interior de la misma, pese a que estos no se encuentran establecidos con detalle en ningún documento.

Esto significa que, el equipo editorial de la Revista, al estar constituido por docentes y ofrecer un acompañamiento en la creación de contenidos, también están compartiendo con los estudiantes, aquellos puntos que hacen considerar a sus trabajos como productos de la calidad requerida para postularse a *Cítrico*. Además, se debe tener presente que la Revista, desde su creación, siempre ha promovido la investigación periodística, un criterio que puede ser apreciado en gran parte de los contenidos que se encuentran publicados en la misma.

Figura 19.
Importancia de implementar un Manual de Estilo

¿Qué tan importante le parece a usted que la Revista *Cítrico* tenga un Manual de Estilo que dé claridad sobre los criterios de selección que se manejan al interior de la misma?
30 respuestas



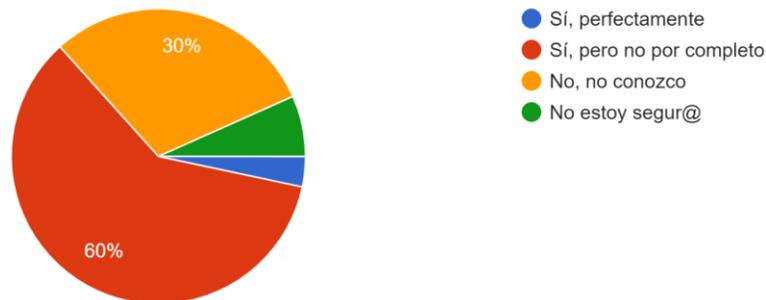
Fuente: La presente investigación (2024).

De un 100% correspondiente a las 30 encuestas realizadas, el 73,3% considera muy importante la implementación de un Manual de Estilo en la Revista *Cítrico*, el 23,3% lo considera importante y el 3,3% lo considera moderadamente importante.

Esta pregunta es fundamental para el desarrollo de la presente investigación, puesto que, como se ha expuesto a lo largo del documento, la propuesta surgió como una necesidad manifestada por algunos de los integrantes del equipo editorial de la Revista. Es importante resaltar que, a lo largo del pre diagnóstico y del diagnóstico llevado a cabo hasta este momento, se han logrado identificar otras debilidades; sin embargo, el hecho de que tanto el equipo editorial a través de sus entrevistas, como los colaboradores a través de la encuesta coinciden en la importancia de la implementación de un manual que contenga los criterios de selección, evidencian que la priorización de la creación de este fue acertada y traerá grandes beneficios para la Revista, sus integrantes y su público objetivo.

Figura 20.
Conocimiento sobre la identidad conceptual de la Revista Cítrico

¿Conoce usted la identidad conceptual de la Revista Cítrico (misión, visión, valores, personalidad y objetivos)?
30 respuestas



Fuente: La presente investigación (2024).

De acuerdo con la gráfica, un 60% de las personas encuestadas, conoce la identidad conceptual de la Revista, pero no por completo; el 30% no las conoce; el 6,7% no está seguro y el 3,3% señala conocerla a la perfección.

En esta pregunta, a diferencia de la relacionada con el conocimiento con los criterios de selección, se evidencia una clara contradicción entre lo expuesto por los colaboradores a lo mencionado por el equipo editorial. Esto debido a que, durante las entrevistas, tal y como se puede

ver en el punto 2.1.1., un gran porcentaje de los integrantes de la Revista manifestaron no tener claridad sobre la identidad conceptual, además de que, al momento de realizar la pregunta, cada uno generó una descripción subjetiva y diferente a la de los demás integrantes. Sin embargo, en la encuesta, un porcentaje correspondiente a más de la mitad de los encuestados dice conocer la identidad conceptual, pero no por completo.

Con esto, se puede analizar que, los colaboradores al igual que pasa con los integrantes, han generado una identidad conceptual subjetiva a partir de su experiencia con la Revista y de lo que les es posible apreciar a través de su página web y redes sociales.

Ahora bien, esta contradicción también indica la necesidad de precisar la identidad conceptual a través de un documento, recopilando las percepciones de todo el equipo e integrando la visión externa de los investigadores. Por otra parte, lo anterior también permite rectificar la importancia de la realización del segundo objetivo, previo a la estructuración del manual, tal cual y como se lo estipuló a la hora de generar la presente propuesta.

Figura 21.

Percepción sobre contenidos en relación con la identidad conceptual

Si su respuesta anterior fue “sí”, ¿cree que los contenidos publicados en la Revista están alineados con su identidad conceptual?

22 respuestas



Fuente: La presente investigación (2024).

Esta última pregunta, únicamente fue dirigida a aquellas personas que expresaron conocer la identidad conceptual de la Revista, obteniendo un total de 22 respuestas, de las cuales, el 45,5% señaló que, según su percepción, la mayoría de los contenidos refleja aspectos importantes de la identidad conceptual, sin embargo, hay algunas publicaciones que podrían mejorar. Por otro lado, el 31,8% manifestó que, la totalidad de los contenidos publicados en la Revista, refleja su identidad. De igual manera, el 9,1% expresó no estar seguro, puesto que les hace falta realizar un análisis más detallado de los contenidos; el otro 9,1%, por su parte, indicó que los contenidos publicados ofrecen una idea general de la identidad, pese a esto, consideran que les hace falta mayor claridad. Finalmente, el 4,5% dio a conocer que, según su experiencia, considera que los contenidos publicados no están alineados con la identidad.

Con esta última pregunta, lo que se pretendió fue conocer la percepción de los colaboradores frente a la manera en cómo se está evidenciando el ser, quehacer y deber ser de la Revista en sus contenidos. Pese a ello, al encontrar durante el pre diagnóstico y el diagnóstico que estos no se encuentran definidos y que es una debilidad de la Revista, la pregunta sirvió para generar un análisis frente a la manera en cómo las personas están interpretando el mensaje que la revista está emitiendo a partir de sus publicaciones para generar unas conclusiones subjetivas.

En síntesis, los resultados de la encuesta revelan aspectos fundamentales sobre la dinámica y percepción de la Revista *Cítrico* entre sus colaboradores, principalmente estudiantes.

En primer lugar, se observa que, aunque la revista ha logrado consolidarse como un espacio de publicación académico, el interés de los estudiantes en postular trabajos se encuentra en gran medida ligado al cumplimiento de los trabajos de clase y la motivación por parte de los profesores. Esto muestra una dependencia del contexto educativo, lo cual, aunque asegura un flujo constante de contenido, limita la autonomía y el sentido de pertenencia hacia la revista como un medio de expresión independiente, como se ha visto hasta este momento.

Este aspecto puede estar vinculado a la falta de una identidad conceptual claramente definida y de criterios de selección formalizados. Además, pese a que el equipo editorial de *Cítrico*, en su mayoría constituido por docentes, cumple un rol fundamental en el acompañamiento de los estudiantes durante la creación de contenido, transmitiéndoles, de forma implícita, ciertos criterios

editoriales, la ausencia de un Manual de Estilo o de lineamientos establecidos limita la unanimidad y transparencia en el proceso de selección. Lo anterior, de no ser manejado apropiadamente y resuelto de manera oportuna, puede generar desconocimiento en los colaboradores frente a las posibilidades de crecimiento profesional que la revista ofrece.

De esta manera, la mayoría de los encuestados valora la importancia de implementar un manual que sistematice estos criterios, lo que sugiere una necesidad compartida de estructura y claridad, no solo para mejorar la calidad de los contenidos, sino también para fomentar un mayor compromiso por parte de los colaboradores.

Otro punto clave es la divergencia en la percepción de la identidad conceptual de la revista entre los colaboradores y el equipo editorial. Mientras que la mayoría de los encuestados considera tener una idea general de esta identidad, el equipo editorial presenta una falta de consenso y coherencia en su definición. Este vacío refleja una debilidad estructural en la revista, puesto que, sin una identidad claramente definida, tanto el equipo como los colaboradores interpretan su propósito y valores de manera subjetiva, lo cual podría afectar la proyección y credibilidad de *Cítrico* frente a su audiencia.

Formalizar esta identidad en un documento facilitaría la alineación interna, pero también contribuiría a que los contenidos reflejen de manera consistente los valores y objetivos de la revista, fortaleciendo su posición como un medio de calidad.

En resumen, la implementación de un Manual de Estilo y la formalización de una identidad conceptual son pasos decisivos para consolidar una estructura editorial más sólida, clara y coherente. Estas mejoras darán paso a la optimización de los procesos de selección y publicación de contenido, al mismo tiempo en que potenciarán el sentido de pertenencia de los colaboradores, posicionando a *Cítrico* como un medio universitario de referencia que no solo difunde las producciones de los estudiantes, sino que también fomenta el pensamiento crítico, la creatividad y el ejercicio periodístico independiente dentro y fuera de la Universidad Mariana.

2.1.3. Perfil de Capacidad Interna (PCI)

Como último instrumento concerniente al primer objetivo, se encuentra la Matriz PCI (Perfil de Capacidad Interna). Este instrumento se relaciona directamente con la teoría propuesta por Amira et al. (2014), que destaca la importancia de procesar y organizar la información recolectada para facilitar un análisis integral y efectivo. Según esta teoría, una herramienta como la Matriz PCI permite identificar y priorizar las fortalezas y debilidades de una organización, enfocándose en los aspectos más críticos que requieren atención inmediata.

En el caso de Cítrico, la elección de la Matriz PCI en lugar de herramientas tradicionales como la Matriz DOFA o POAM responde a la necesidad específica de enfocar el análisis hacia el fortalecimiento de la comunicación interna, especialmente a través de la creación de un Manual de Estilo. Esta decisión metodológica refleja la orientación práctica de la teoría, al adaptar las herramientas de análisis a las necesidades particulares del caso de estudio. La Matriz PCI, en este contexto, permitió procesar las percepciones recolectadas mediante encuestas y entrevistas, sistematizándolas en categorías relacionadas con elementos clave de la revista, como su identidad conceptual y lineamientos de comunicación.

El desarrollo de la Matriz PCI facilitó la identificación de fortalezas y debilidades, así como la priorización de estas según su impacto en el funcionamiento de la revista. Por ejemplo, se determinó que la falta de una identidad conceptual clara y la ausencia de un Manual de Estilo eran los aspectos más críticos que afectaban la comunicación interna y externa de Cítrico. Estos hallazgos, organizados de manera estructurada en la matriz, permitieron al equipo investigador enfocar sus esfuerzos en áreas específicas y estratégicas, alineándose con el principio teórico de priorización de aspectos críticos propuesto por Amira et al.

Además, la Matriz PCI se utilizó como una herramienta de síntesis, consolidando la información obtenida en un formato que no solo facilitó el análisis, sino que también sirvió como base para las propuestas de mejora. De esta manera, la aplicación de la matriz no solo se ajusta a las directrices teóricas, sino que también demuestra su eficacia en la práctica, al proporcionar una visión clara y organizada de los elementos que requerían intervención inmediata para fortalecer los procesos comunicativos de la revista. (Ver anexo J).

En este sentido, se determinaron las siguientes categorías de análisis:

2.1.3.1. Estructura organizacional

Este apartado se clasificó así: fortaleza, debilidad e impacto medio. Lo anterior nos indica que su fortaleza es media en cuanto a la estructura organizacional, ya que suple con las necesidades básicas de la revista, pues se evidenciaron unos roles definidos, volviendo así a la estructura funcional; sin embargo, se puede fortalecer los procesos de comunicación dentro del equipo mediante un mayor proceso participativo y de comunicación activa.

En cuanto a la debilidad media, se puede inferir que, a partir de la estructura de los colaboradores en la revista, los procesos de recepción y revisión de contenido podrían no ser tan eficientes y eficaces al momento de responder al público que propone sus productos.

En este aspecto, también hay que aclarar que los roles y funciones de los integrantes de Cítrico deberían replantearse al interior de la Revista, puesto que algunos de ellos manifestaron no ejercer su rol de la manera que se debería, lo que ralentiza el flujo del trabajo dentro del equipo.

Por último, se encontró el impacto en medio, esto relacionado a que la estructura organizacional actual influye en los procesos operativos de la revista, en la implementación de ideas nuevas y, asimismo, se ve afectada la frecuencia de publicación.

Figura 22.

Fragmento estructura organizacional - Matriz PCI

Factores/ Capacidades	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Estructura organizacional		X			X			X	

Fuente: La presente investigación (2024).

Con base en lo anterior y teniendo en consideración las necesidades y acciones de la Revista frente a la estructura organizacional hasta este momento, se propone el siguiente Organigrama por Funciones, con las responsabilidades correspondientes para cada uno de los roles:

Figura 23.
Propuesta organigrama Revista Cítrico



Fuente: La presente investigación (2024).

Funciones

- **Director/a:**

- Asegurar la calidad editorial de todos los contenidos y la coherencia con la identidad conceptual.
- Representar a la revista ante las instancias correspondientes.
- Asegurar la imparcialidad y objetividad de los contenidos de alta susceptibilidad, verificando que se mantengan altos estándares éticos y periodísticos, y decidiendo la publicación de los mismos.
- Definir las funciones y deberes del cuerpo editorial; supervisar su trabajo, garantizando un flujo de trabajo eficiente y de alta calidad.

- **Editor/a:**

- Coordinar la producción de contenido asegurando que cumplan con los estándares de la revista.
- Supervisar y validar los contenidos antes de su publicación, garantizando su coherencia y relevancia.
- Trabajar articuladamente con el/la Jefe de Redacción y el/la Coordinador/a de Contenidos para garantizar que se mantengan los plazos establecidos y se sigan los procedimientos editoriales.
- Asegurar que el contenido de la revista sea adecuado para el público objetivo, proporcionando feedback continuo a los colaboradores y otros miembros del equipo editorial.

- **Jefe de redacción:**

- Coordinar la redacción de todos los textos de la revista, asegurando que cumplan con los criterios de estilo, coherencia y calidad.

- Revisar y corregir la parte textual de todas las publicaciones, para garantizar que se mantengan altos estándares de ortografía, gramática, sintaxis y contenido.
 - Trabajar de manera articulada con el/la Editor/a para asegurar que los textos siempre sean acordes a la línea editorial.
 - Promover la creación de contenido preciso, imparcial y respetuoso con las normas éticas y profesionales del periodismo.
- **Coordinador/a ejecutivo/a y de contenidos:**
 - Coordinar los consejos editoriales y asegurar que los compromisos editoriales se cumplan en tiempo y forma, gestionando los plazos y responsabilidades del equipo.
 - Gestionar la logística editorial para la correcta recepción, organización y distribución de los contenidos a los diferentes miembros del equipo.
 - Coordinar la estrategia digital, supervisando que el contenido de las plataformas digitales (redes sociales, página web) esté alineado con la identidad e imagen corporativa de la revista.
 - Generar reportes sobre el estado actual de la Revista en relación con los contenidos y su presencia en medios digitales.
- **Coordinador/a creativo/a:**
 - Coordinar la revisión y validación de los contenidos visuales (fotografía, ilustraciones y videos) que acompañan las publicaciones de la revista.
 - Asegurar que todos los elementos visuales sean consistentes con la imagen corporativa de la revista.
 - Coordinar con los colaboradores el desarrollo de contenidos visuales que complementen eficazmente los productos y mejoren la experiencia de los usuarios.

- Garantizar que los contenidos visuales mantengan altos estándares de calidad y se adapten a los diferentes formatos de publicación en las diferentes plataformas digitales.
 - Promover la creación de contenido preciso, imparcial y respetuoso con las normas éticas y profesionales del periodismo.
 - Actualizar la línea gráfica de la revista según sea necesario, manteniendo su frescura y relevancia.
- **Coordinador/a podcast:**
 - Asegurar que los contenidos cumplan con los estándares editoriales de la revista en términos de calidad, estilo y relevancia.
 - Promover la creación de contenido preciso, imparcial y respetuoso con las normas éticas y profesionales del periodismo.
 - Revisar y validar el contenido final para garantizar su calidad, la coherencia del mensaje y la corrección de posibles errores.
- **Diseñador/a UX:**
 - Optimizar la experiencia de usuario (UX) en la plataforma digital de la revista, asegurando que los lectores disfruten de una navegación fácil e intuitiva.
 - Diseñar interfaces funcionales y atractivas para la revista digital, mejorando la usabilidad y accesibilidad del sitio web.
 - Conocer las percepciones de los usuarios para entender mejor sus necesidades y aplicar esos conocimientos para mejorar la experiencia.
 - Mantener la coherencia visual en toda la experiencia digital, trabajando estrechamente con el/ Coordinador/a Creativo/a para asegurar que el diseño visual sea consistente en todas las plataformas.

Frente a esta propuesta es importante aclarar que la implementación de un Organigrama por Funciones dentro de Cítrico, presentaría diversas ventajas, especialmente en la organización durante el desarrollo de los procesos. Su estructura en la que cada integrante tiene responsabilidades claramente definidas según su especialidad, mejora la productividad al evitar la duplicación de tareas y reducir la ambigüedad en las responsabilidades, permitiendo una ejecución más precisa y ordenada de las actividades del equipo.

En el modelo planteado, el director, quien actualmente es Andrés Mora, ocupa la única posición con mayor jerarquía, debido a su cargo dentro del Programa de Comunicación Social y al ser la persona en quien se centra la toma de decisiones final.

Frente a los otros miembros del equipo, es importante mencionar que fueron ubicados en un mismo rango de igualdad, en donde, como se expresaba anteriormente, cada uno tiene funciones claramente delimitadas, permitiendo que roles como los de la editora, Ángela Montenegro; el jefe de redacción, John Jairo Rodríguez; la coordinadora ejecutiva y de contenidos, Nataly Insuasti; el coordinador creativo, Juan Pinzón; el coordinador de podcast, Felipe Criollo; y el diseñador UX, Yubar Portilla, se enfoquen en sus áreas específicas con mayor efectividad.

Además, este modelo permite una toma de decisiones más ágil en cada área, ya que cada función es responsable de sus propias actividades, lo que ayuda a resolver asuntos dentro de cada ámbito sin necesidad de consultar cada detalle a niveles superiores, como sí es el caso con otro tipo de organigramas y organizaciones. No obstante, es importante mencionar que la implementación de este organigrama no significa que se deja a un lado la modalidad de trabajo que se viene llevando a cabo, sino que, por el contrario, permite que esta se refuerce.

Asimismo, la claridad en las funciones también favorece la comunicación entre los integrantes, al tener cada miembro una comprensión precisa de sus responsabilidades y cómo estas se integran con las demás áreas. Esto asegura que todas las partes del proceso editorial, desde la selección del contenido hasta la publicación, estén alineadas con la identidad y criterios editoriales de Cítrico sin conflictos ni redundancias.

Por último, el replanteamiento de dos de los roles frente a la estructura actual, contribuye a que exista una mayor coherencia entre el cargo y las funciones que se desempeñan, pero que también

se incluyan aspectos como la gestión del entorno digital, que no habían sido considerados anteriormente de manera precisa.

2.1.3.2. Toma de decisiones

Esta categoría se clasificó en una fortaleza de rango medio, lo que demuestra que algunos de los procesos dentro de la revista para la toma de decisiones han funcionado ocasionalmente; sin embargo, se puede inferir que este aspecto puede mejorar incluyendo democracia y parcialidad dentro de los encuentros previstos para los consejos editoriales, pues sus colaboradores mencionan que se estos están mayormente orientados a la organización de las fechas del material existente y la definición de actividades para cada persona por parte de algunos integrantes del equipo, más que para una toma de decisiones conjunta y beneficiosa.

En el mismo sentido, el impacto medio indica que la forma de tomar decisiones dentro de la revista, afecta directamente a los procesos organizativos al interior y esto también puede tener repercusiones en la manera en cómo la audiencia está percibiéndola.

En este sentido, se ve necesario que la toma de decisiones sea mediante una ruta clara que permita una coherencia con el objetivo que desea alcanzar la revista. Esto conlleva un proceso de descentralización, dándole paso al diálogo y a la construcción de nuevas ideas frente al futuro próximo y lejano de *Cítrico*, en relación con su contenido, pero también con sus colaboradores.

De igual modo, se encontró la categoría de:

2.1.3.3. Motivación del personal

Dentro de esta categoría podemos inferir que su fortaleza se clasifica en alto, haciendo así este apartado una de las ventajas competitivas de la revista, pues sus colaboradores se muestran comprometidos y apasionados por la labor que realizan. Todos trabajan con esmero por alcanzar una excelencia académica que tiene como resultado productos periodísticos de alta calidad que posteriormente tendrán lugar en *Cítrico*.

Cabe resaltar que, pese a que la revista cuenta con un buen equipo, se evidenció en las entrevistas a su colaboradores, algunas asperezas dentro del clima organizacional, lo cual se convierte en una

necesidad que debe ser atendida con urgencia, pues se relaciona directamente con el impacto que tiene la revista en sus públicos; de la misma forma, su impacto por ahora es alto, esto relacionado al buen trabajo llevado a cabo hasta la fecha, aun así este apartado permite evaluar y dar cuenta que las relaciones internas de la revista repercuten al exterior de la misma.

Continuando con el análisis encontramos los apartados de **objetivos, misión, visión y valores**, agrupados en la categoría de análisis de:

2.1.3.4. Cultura organizacional.

De esta categoría se puede afirmar que su debilidad alta se debe a una ausencia de definición clara de la identidad conceptual en un documento. El público interno no tiene conocimiento de esta y sus respuestas se reducen a la opinión personal, lo que repercute directamente en el funcionamiento de la revista, al no permitirle tener un objetivo general que todos pretendan y trabajen por alcanzar.

También se encontró una ausencia en la definición de valores que conlleva a una falta de integración de la personalidad de Cítrico, esto entre el público interno y externo.

De igual forma, su impacto en alto suscita una necesidad de la revista para establecer su identidad conceptual, dando paso a que el equipo pueda continuar en la búsqueda de un bien común y que todas sus publicaciones estén alineadas con el ser, quehacer y deber ser de la misma. Esta definición puede reforzar esta cultura organizacional y convertirla en una fortaleza alta con impacto alto de gran utilidad para Cítrico.

Del mismo modo encontramos a los objetivos como parte de la cultura organizacional, en los cuales se clasificó la debilidad en medio, denotando la ausencia de unos objetivos precisos, ocasionando que el equipo no trabaje en esfuerzos mancomunados para guiarse en un mismo oriente, haciendo que los públicos no tengan claro que es Cítrico. Asimismo, se midió el impacto como alto, lo que recae directamente en la guía, definición y planteamiento de los lineamientos de la revista, cuya incidencia radica en la productividad y clima laboral del equipo, ya que la claridad las metas estratégicas permite que cada colaborador trabaje individualmente hacia un mismo punto, sin alterar el orden y querer de la revista.

2.1.3.5. Procesos de comunicación internos para la selección de contenidos

Esta categoría responde a la definición de lineamientos, para la cual se clasificó su debilidad en alto, indicando que hay dificultades en cuanto la coordinación del equipo. De igual modo, esto debilita el compromiso con el contenido y sus creadores, pues se evidencian algunas dificultades de comunicación para la selección de los mismos.

De igual manera, se notó que el cumplimiento en cuanto a la ruta de selección de contenidos no se lleva a cabo de manera concisa y participativa, pues estas rutas definidas no deben sufrir quebrantos por cuestiones de índole personal o inclinaciones de diferentes tipos.

Igualmente, los entrevistados han manifestado que los equipos editoriales conllevan un desgaste al solo seleccionar los contenidos a través de una curaduría, mas no de una revisión exhaustiva a través del acompañamiento académico, como debería de ser, para luego sí dar paso a la validación mediante la ruta ya estipulada. Lo anterior afecta los procesos de publicación y comunicación al interior del equipo.

Por otra parte, su alto impacto es alto, pues los procesos comunicativos, como se mencionó anteriormente, se han visto alterados muchas veces por los mismos factores.

Por último, se encuentra la categoría de:

2.1.3.6. Planeación estratégica

La fortaleza determinada para este apartado es baja y su impacto es medio, evidenciando que hay ausencia de un plan organizativo coherente con la revista. La única planeación mayormente vista y aplicada es en relación con su contenido y las fechas de publicación. Con esto, se señala que es importante empezar a generar planes de gestión de crisis que prevengan diferentes situaciones imprevistas, porque mientras no existan, el equipo no sabrá cómo manejar diversas dificultades que se pueden presentar a futuro.

2.1.4. Discusión de resultados (entrevista, encuesta y matriz PCI)

Tras finalizar el análisis para cada uno de los instrumentos aplicados en el objetivo número uno de la presente investigación, se procede a elaborar la discusión de resultados que ayuda a interpretar

y conocer cuáles fueron los puntos convergentes que se presentaron a lo largo de la investigación. De igual manera, esta discusión permite conocer las contradicciones y también los puntos por mejorar, necesarios para la posterior definición de la Identidad Conceptual y de los lineamientos en los objetivos posteriores.

En primer lugar, frente a la estructura organizacional, se identificó que permite satisfacer las necesidades básicas de la revista, evidenciando roles definidos dentro del equipo. Sin embargo, es necesario mejorar los procesos de comunicación para fomentar un entorno más participativo.

Se observó que la efectividad en la recepción y revisión de contenido podría ser limitada, lo que afecta la respuesta a las propuestas emitidas por parte de los colaboradores. Además, el organigrama actual requiere una reestructuración, ya que algunos miembros no están ejerciendo sus roles de manera efectiva, lo que puede dificultar el flujo de trabajo. Esta situación impacta en la implementación de ideas nuevas y en la frecuencia de publicación, revelando la interconexión entre la estructura organizacional y los procesos operativos de la revista.

La toma de decisiones también se presenta como un punto clave dentro de los tres instrumentos. Este apartado, actualmente sugiere una debilidad, pero con un notable margen de mejora. La percepción de que las reuniones de los consejos editoriales se centran en la organización de fechas y tareas, en lugar de fomentar una toma de decisiones conjunta, resalta la necesidad de una mayor democratización y claridad en los procesos. De igual manera, la implementación de una ruta clara para la toma de decisiones podría fortalecer el diálogo y la construcción de nuevas ideas, alineando el contenido y la colaboración hacia un objetivo común.

La motivación del personal, por su parte, es considerada una de las mayores fortalezas de la Revista. Los colaboradores demuestran un compromiso notable con la excelencia, lo que se traduce en productos periodísticos de alta calidad. Este entusiasmo es un activo valioso para la revista, que podría aprovecharse aún más mediante la implementación de procesos de comunicación internos más efectivos.

Por otro lado, la sistematización de las entrevistas reveló la importancia de generar criterios de selección claros para los contenidos propuestos por la comunidad educativa. La calidad y la narrativa son fundamentales, enfatizando también en la necesidad de llevar a cabo un proceso de

investigación periodística que respalde los contenidos. La revisión por parte de docentes es crucial para garantizar que los productos sean coherentes con las características y valores de la revista. Sin embargo, la falta de consenso sobre la identidad conceptual de *Cítrico* se ha convertido en una debilidad estructural, afectando la cohesión interna y la claridad de su propósito, repercutiendo en el sentido de pertenencia y en el compromiso hacia la publicación de contenido por parte de los colaboradores.

Los resultados de las encuestas corroboran esta percepción, destacando que el interés de los estudiantes en postular trabajos está fuertemente ligado a las exigencias académicas, lo que limita la autonomía y la conexión emocional con la revista como un medio independiente. La necesidad de formalizar un Manual de Estilo y de definir una identidad conceptual clara se hace evidente, pues esto no solo facilita la alineación interna, sino que también mejora la calidad de los contenidos y el compromiso de los colaboradores.

La implementación de estos cambios, también fomentará el pensamiento crítico, la creatividad y el ejercicio periodístico independiente dentro de la Universidad Mariana, contribuyendo al desarrollo profesional de los estudiantes.

Finalmente, frente a los lineamientos selección y publicación de contenido, también es importante señalar que los participantes coinciden en que los productos postulados a la revista deben contar de dos aspectos esenciales: la calidad y la investigación periodística. De igual manera, se mencionan otros apartados editoriales y éticos a tener en cuenta para la construcción del manual. Ahora bien, pese a la definición de algunos aspectos técnicos, también se señaló la importancia de construir el manual de estilo, pues los lineamientos actuales no se encuentran condensados en un documento, lo cual limita su conocimiento tanto al interior como al exterior de la revista, tal y como se evidenció en las encuestas, en donde un gran porcentaje de los participantes manifestó no tener conocimiento de ellos por diferentes razones, generando conflictos internos que no se encuentran resguardados bajo una planeación de crisis.

En conclusión, la sistematización de la información sugiere que, aunque existen fortalezas en la motivación y el compromiso del personal, las debilidades en la estructura organizacional, la toma

de decisiones, la identidad conceptual y los lineamientos de comunicación, requieren atención oportuna para consolidar un entorno más cohesionado y eficiente.

2.2. Establecimiento de la identidad conceptual necesaria para el oportuno mejoramiento de los procesos de comunicación de la Revista Cítrico.

El cuarto instrumento de recolección de información corresponde a la técnica de Grupo Focal, utilizada para el desarrollo del segundo objetivo específico: *“Establecer la identidad conceptual necesaria para el oportuno mejoramiento de los procesos de comunicación de la Revista Cítrico del programa de Comunicación Social, de la Universidad Mariana - Pasto”*.

Para ello, la ejecución del Grupo Focal, se requirió la participación del equipo editorial conformado por: Andrés Mora, Director del Programa de Comunicación Social; Nataly Insuasti, Coordinadora Ejecutiva; John Rodríguez, Coordinador de Contenidos; Juan Pinzón, Coordinador Creativo; Felipe Criollo, Coordinador Podcast; María Ángela Montenegro, Editora, y Yubar Portilla, Diseñador UX. Adicionalmente, como petición por parte de los integrantes de la Revista, se integró a Marilyn Calvache, por su trayectoria y conocimiento al ser estudiante del Programa de Comunicación Social y anterior Gestora de la Revista.

El Grupo Focal se llevó a cabo en la Biblioteca de la Universidad Mariana, el día 26 de agosto de 2024. El encuentro tuvo un tiempo aproximado de una hora y diez minutos. La dinámica consistió en que los investigadores del presente proyecto, quienes figuraban como moderadores, emitían una pregunta con el propósito de generar un debate frente a un tema en específico. Una vez mencionada la pregunta, en orden, los participantes que quisieran participar, levantaban la mano para realizar su aporte. Cada respuesta debía tener una duración máxima de dos minutos.

Cabe resaltar que, durante esta jornada, no se contó con la participación del Diseñador UX, Yubar Portilla. Si bien se le fue informado con anterioridad, sus compañeros mencionaron que, debido a cuestiones personales, no le fue posible asistir. Pese a esto, cuando se planteó la posibilidad de aplazar el Grupo Focal, finalmente, el equipo editorial y los investigadores llegaron al acuerdo de realizar la dinámica ese mismo día.

Posterior a este encuentro, una vez obtenida la información necesaria, se procedió a sistematizar las respuestas. De esta manera, se pudo determinar con precisión, cuáles eran los resultados más relevantes para la presente investigación y, principalmente, para el segundo objetivo. (Ver anexo K).

El análisis de los resultados obtenidos para el grupo focal realizado en el marco del segundo objetivo se articula estrechamente con las teorías de la filosofía corporativa y la semiosis corporativa mencionadas en el numeral 1.9.3. Estas teorías son fundamentales para entender el papel de los valores, principios y elementos simbólicos en la consolidación de una identidad organizacional y su relación con los hallazgos derivados de esta técnica específica.

La filosofía corporativa, definida como los principios, valores y prácticas que guían las acciones de una organización (Muñiz, 2008, citado en Cuan, Medina y Rojas, 2020), estuvo implícita en la estructura del grupo focal. Este instrumento permitió explorar cómo los integrantes del equipo editorial y colaboradores perciben los elementos esenciales de la Revista *Cítrico*, tales como su misión, visión, valores y compromisos éticos. A través de las discusiones generadas en el grupo focal, se pudo identificar tanto la claridad conceptual como las discrepancias o vacíos en la comprensión de estos elementos entre los participantes. Este proceso permitió contrastar cómo la filosofía corporativa se refleja (o no) en las acciones diarias y decisiones editoriales de la revista.

Por su parte, la semiosis corporativa, entendida como el análisis de elementos simbólicos para comunicar la identidad y valores de una organización (Carpio, 2017, citado en Sánchez, 2022), estuvo presente en la evaluación de los mensajes y símbolos asociados a *Cítrico*. Durante el grupo focal, se discutieron elementos como el tono comunicativo y la percepción general que los colaboradores tienen sobre cómo la revista se proyecta hacia su público. Este análisis permitió observar inconsistencias entre la identidad que la revista desea transmitir y la que realmente perciben sus integrantes y audiencias externas. Estas inconsistencias se relacionan con las contribuciones teóricas que destacan la importancia de una identidad conceptual clara para lograr coherencia y armonía en la comunicación interna y externa.

La teoría también enfatiza que una identidad conceptual bien definida facilita la construcción de estrategias y lineamientos efectivos. En este sentido, el grupo focal sirvió como un espacio para identificar cómo los colaboradores perciben los actuales lineamientos de la revista y qué tan alineados están con su filosofía corporativa. Las observaciones de los participantes resaltaron la necesidad de formalizar un manual de estilo que incluya criterios consensuados para la creación y publicación de contenido. Esta necesidad, detectada a través del grupo focal, refleja las implicaciones prácticas de las teorías mencionadas, subrayando que una filosofía corporativa fuerte debe integrarse y comunicarse a través de herramientas y procesos concretos.

Finalmente, tanto la filosofía como la semiosis corporativa resaltan que no basta con tener una identidad clara; esta debe transmitirse de manera efectiva entre los públicos internos y externos. El grupo focal permitió evidenciar la importancia de construir un lenguaje común y accesible que refuerce la identidad de la revista. Esto implica no solo definir quiénes son y hacia dónde van, sino también asegurar que esta definición se comunique de manera efectiva en todos los niveles de interacción, garantizando coherencia y fortaleciendo la reputación de *Cítrico*.

Dicho lo anterior, a continuación, se presenta un análisis de las respuestas obtenidas a lo largo del Grupo Focal, por parte de los integrantes. Es importante señalar que, teniendo en cuenta que el objetivo de esta técnica era definir la identidad conceptual, para el análisis se precisaron ocho apartados:

2.2.1. ¿Quiénes somos?

Para este apartado, se obtuvo un total de cuatro respuestas, de las cuales se puede analizar que sus colaboradores actuales definen a *Cítrico* como un medio digital universitario enfocado en la producción, circulación y divulgación del conocimiento, preferentemente desde un enfoque periodístico, aunque sin limitarse a este estilo. También se aprecia que poseen una fuerte identidad regional, al abordar diversas temáticas sociales y culturales de Nariño, transformando la visión de la realidad hacia una perspectiva académica.

Para estudiantes, egresados y docentes, representa una herramienta pedagógica y un espacio de práctica profesional, brindando una oportunidad de visibilizar a quienes aún no tienen la posibilidad de participar en medios de comunicación pero que buscan expresar su aprendizaje y conocimiento.

La revista está reconocida por la Biblioteca Nacional de Colombia con el registro ISSN número 2981-3832. En esta medida, *Cítrico* se distingue por su legitimidad, validando así su rol como un medio de circulación del conocimiento y ofreciendo un espacio accesible y plural para la expresión individual y el crecimiento académico.

2.2.2. Objetivos

En cuanto a los objetivos, se puede evidenciar un propósito centrado en la formación académica y profesional de los estudiantes, utilizando la plataforma como un medio sólido de divulgación, producción y circulación de conocimiento, especialmente periodístico.

La revista se plantea como un espacio que no solo publica contenidos, sino que también fortalece los procesos pedagógicos, brindando acompañamiento y apoyo continuo para potenciar el talento de los estudiantes en su desarrollo como futuros periodistas. Además, busca consolidarse como un respaldo en el proceso de investigación y como una oportunidad para que los estudiantes inicien y construyan sus trayectorias en el ámbito periodístico, incrementando su competitividad profesional al permitirles la experiencia de publicar en un medio digital reconocido y bien estructurado.

2.2.3. Misión

Las respuestas muestran que la Revista *Cítrico* se centra en brindar un espacio formativo en el que los estudiantes puedan desarrollar habilidades en el ámbito periodístico, especialmente en el periodismo de investigación, bajo un enfoque riguroso de calidad y criterio editorial.

Su misión se enfoca en servir como una plataforma de divulgación del conocimiento, ofreciendo acompañamiento a los jóvenes y asegurando la calidad de las publicaciones mediante una línea editorial bien definida.

La revista actúa no solo como un medio de comunicación, sino también como una herramienta pedagógica que fortalece el talento y el criterio profesional de los estudiantes, permitiéndoles participar en procesos de creación de contenido bajo estándares de verificación y confiabilidad. En este sentido, *Cítrico* se posiciona como una revista formativa que busca cualificar y profesionalizar el trabajo periodístico de sus colaboradores.

2.2.4. Visión

En cuestión de la proyección, los colaboradores apuntan hacia un futuro en donde la Revista esté constituida como un medio especializado en periodismo de investigación, que no sigue una línea de comunicación tradicional con noticias diarias, sino que profundiza en temas relevantes a través de contenidos propios y de alta calidad.

La visión de Cítrico también incluye convertirse en un referente en el ámbito universitario, manteniendo la independencia editorial y la integridad de su contenido, al mismo tiempo que aspira a obtener certificaciones de calidad, como la ofrecida por la Journalism Trust Initiative (JTI). Este proceso de certificación no solo busca afianzar la calidad del medio, sino también garantizar la transparencia y la verificación de sus contenidos, lo que proyecta a Cítrico como un medio con un estándar ético alto y profesional.

Además, en su visión, la revista se proyecta como una plataforma que difunde públicamente sus lineamientos editoriales y asegura una rigurosa validación de las fuentes, fortaleciendo así la confianza en sus audiencias.

2.2.5. Valores

Para el apartado de valores, las respuestas brindadas por los colaboradores, desata una serie de principios fundamentales que guían su funcionamiento y su relación tanto interna como externa.

En primer lugar, se destaca la cohesión y el trabajo en equipo, donde no existe competencia entre los miembros, sino una cultura de colaboración y apoyo mutuo, lo que facilita el acompañamiento a los estudiantes y fomenta un ambiente de diálogo y escucha activa. Este enfoque interdependiente promueve el respeto por los saberes individuales, creando un espacio inclusivo donde todos pueden contribuir y aprender.

Otro valor mencionado es la confianza, tanto en el equipo como en los estudiantes, lo que se traduce en un reconocimiento de su capacidad y potencial para generar contenido de calidad. Esto se complementa con una pasión evidente por el trabajo realizado, que no solo impulsa la producción de contenidos, sino que también refleja una sensibilidad hacia el contexto en el que opera la revista, lo que implica una responsabilidad social en la cobertura de temas relevantes.

La independencia y pluralidad son también valores clave, evidenciando el compromiso de la revista con la autonomía en su línea editorial y la diversidad en las temáticas que aborda. Esta pluralidad enriquece el contenido, pero también se alinea con la misión de ofrecer una perspectiva crítica y variada sobre las realidades sociales y culturales.

Además, se menciona la calidad de las producciones periodísticas, que han sido reconocidas con premios, lo que establece un estándar de excelencia en el trabajo que se realiza. Esto no solo distingue a la revista de otros medios, sino que también refuerza el compromiso de todos los colaboradores por mantener un nivel alto en sus producciones.

Por último, la sensibilidad hacia la diversidad y las situaciones del entorno se manifiesta como un valor esencial, indicando que la revista opera desde un enfoque consciente de su contexto, lo que le permite abordar los temas con responsabilidad y empatía. Estos valores conjuntos construyen una identidad sólida para la Revista Cítrico, en la que se prioriza el aprendizaje, la ética y la excelencia periodística.

2.2.6. Personalidad

Pese a la baja participación para dar respuesta a la pregunta relacionada con la personalidad de Cítrico, se puede evidenciar una identidad percibida como multifacética por su capacidad de ser tanto divergente como convergente. Por un lado, se destaca su naturaleza convergente, que se manifiesta en la integración de diversos elementos, estilos y formatos. Esta inclusión promueve la participación de diferentes áreas de la Universidad, enriqueciendo el contenido y facilitando un diálogo interdisciplinario que abarca una variedad de perspectivas.

Por otro lado, la revista se define como divergente, lo que implica que no se adhiere a pensamientos ortodoxos ni a una línea única de temáticas. Esta capacidad de cuestionar y explorar enfoques no convencionales es un rasgo distintivo que le permite abordar temas desde perspectivas innovadoras y poco exploradas, lo que la posiciona como un espacio crítico dentro del ámbito de la comunicación. Esta personalidad divergente también fomenta un ambiente de apertura y creatividad, permitiendo que los colaboradores se sientan libres de experimentar y proponer ideas fuera de lo tradicional.

En este punto, los integrantes reconocen que están en una etapa de formación, lo que indica una apertura al cambio para crecer y consolidarse como un medio relevante y adaptable a las necesidades de su entorno. Esta flexibilidad no solo refleja una actitud proactiva hacia el aprendizaje, sino también un compromiso con la mejora continua y la búsqueda de la excelencia en sus producciones.

Así mismo, se señala a la esquizofrenia como una de las características de la personalidad, denotando dinamismo y versatilidad. Este término, sugiere que la revista abarca una variada gama de enfoques, estilos y perspectivas, lo que enriquece su contenido y amplía la oportunidad de participar en la misma, a través de algún contenido.

En conjunto, la personalidad de la Revista Cítrico se caracteriza por ser disruptiva, crítica e independiente, aspectos que la posicionan como un medio innovador y comprometido con la diversidad de pensamiento y la calidad en la comunicación.

2.2.7. Público objetivo

Las respuestas sobre el público objetivo de la Revista Cítrico indican una identificación inicial, pero también una falta de claridad en la definición precisa de su audiencia. Por un lado, se menciona que no hay un público objetivo bien definido, lo que puede sugerir una oportunidad para desarrollar estrategias de segmentación más efectivas en el futuro. Sin embargo, hay un consenso en cuanto a que la revista se orienta principalmente hacia una comunidad universitaria.

En cuanto a los estudiantes, se debate el rango de edad que abarca, concluyendo que este podría ir desde los 16 años, pero se destaca que la mayoría tiene entre 18 y 25 años. Esto sugiere que la revista busca atraer principalmente a un público que se encuentra cursando cuarto semestre en adelante. Por otro lado, se menciona que los docentes son parte del público objetivo, con edades que oscilan entre los 25 y 50 años, lo que implica que la revista también se posiciona como un recurso valioso para aquellos que están involucrados en la educación superior y que pueden beneficiarse de los contenidos que se producen.

Pese a lo anterior, la falta de una definición más específica puede limitar la efectividad de sus estrategias de comunicación y marketing. Para fortalecer su conexión con la audiencia, se evidencia

la pertinencia de desarrollar una comprensión más detallada de las necesidades, intereses y comportamientos de estos grupos, lo que permitiría a la revista adaptar su contenido y enfoques de manera más efectiva en todos sus canales de comunicación.

De igual manera, durante este espacio se generaron preguntas relacionadas con los **lineamientos de comunicación** que están o que deberían ser incluidos en la revista.

Inicialmente, las respuestas brindadas para este apartado evidencian una falta de claridad frente a este punto; sin embargo, tras realizar un análisis de lo mencionado durante el encuentro, se identifican una serie de consideraciones éticas y editoriales que están presentes en sus contenidos. A continuación, se detallan las más concurrentes:

En primer lugar, se encuentran la exactitud y verificación como pilares fundamentales en la creación de contenido. Esto incluye la correcta atribución de citas y fuentes de información, así como la adecuada apropiación de textos, lo que sugiere un compromiso con la integridad periodística y el respeto por los derechos de autor. La atención al trato justo al involucrar a menores de edad y el manejo responsable de fotografías también subraya la sensibilidad de la revista hacia los temas que aborda y la necesidad de proteger a los grupos vulnerables.

Además, se menciona la existencia de un mecanismo de selección y aprobación de contenidos que cumple con perfiles adecuados para cada propuesta, lo que sugiere que, a pesar de la falta de un fundamento editorial formalizado, ya hay procesos en marcha que ayudan a mantener la calidad y la relevancia del contenido. Sin embargo, este proceso podría beneficiarse de una mayor claridad y documentación, lo que permitiría a los colaboradores y al equipo editorial tener una referencia más accesible y comprensible, así como tener una comunicación coherente y alineada con los valores de la revista, facilitando la producción de contenido de alta calidad y éticamente responsable.

Al analizar las respuestas en conjunto, se puede decir que, la implementación del Grupo Focal como cuarta técnica para la recolección de información, permitió delinear su identidad conceptual a través de una serie de elementos fundamentales que definen su funcionamiento y propósito en el contexto regional: En primer lugar, Cítrico se establece como un medio digital universitario

comprometido con la producción y divulgación del conocimiento, pero también con la formación de sus colaboradores.

Los objetivos de la revista se centran en proporcionar un espacio que no solo publica, sino que apoya el proceso de aprendizaje y la investigación en el ámbito periodístico. En este sentido, la misión de *Cítrico* se orienta a ofrecer un entorno formativo donde los estudiantes puedan desarrollar habilidades en periodismo de investigación, manteniendo altos estándares de calidad y un enfoque riguroso en la creación de contenido.

Respecto a la visión, *Cítrico* aspira a convertirse en un referente en el periodismo, especializándose en temas de relevancia social y cultural, al tiempo que busca obtener certificaciones de calidad que respalden su compromiso con la transparencia y la ética en la información. La integración de valores como la cohesión, la confianza, la independencia y la sensibilidad hacia la diversidad, refuerzan la identidad de la revista y guían su funcionamiento tanto interno como externo.

La personalidad de *Cítrico* se caracteriza por ser multifacética, que fomenta la integración de distintos enfoques y perspectivas. Esto permite que la revista aborde temas desde ángulos innovadores y críticos, posicionándose como un medio disruptivo en el panorama comunicacional.

En sus debilidades se identifica una falta de claridad en la definición de su público objetivo, lo que podría limitar la efectividad de sus estrategias de comunicación. A pesar de ello, se reconoce un enfoque inicial hacia la comunidad universitaria, abarcando principalmente a estudiantes y docentes, lo que ofrece oportunidades para desarrollar un entendimiento más profundo de las necesidades de estas audiencias.

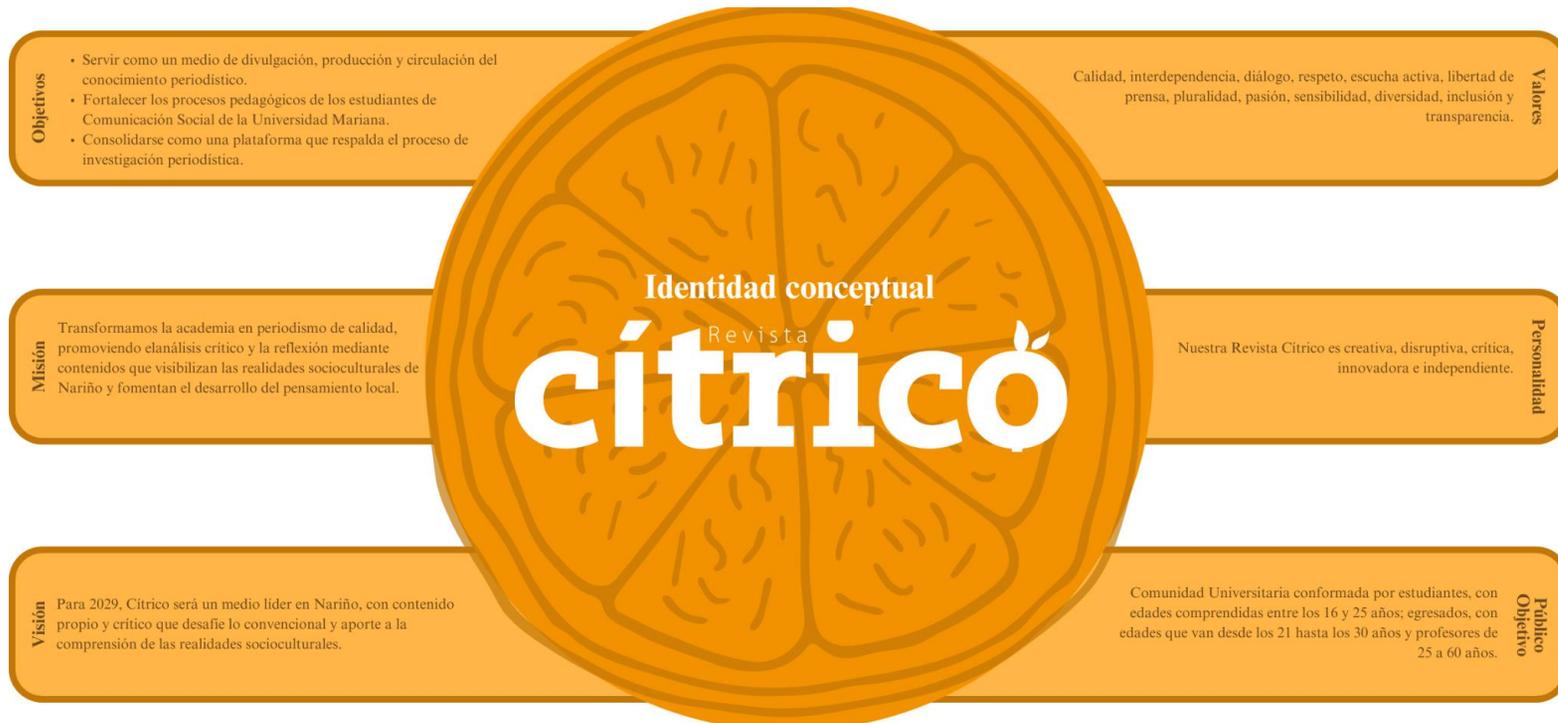
Finalmente, en términos de lineamientos éticos y editoriales, la revista demuestra un compromiso con la exactitud, la verificación y el respeto por los derechos de autor, aunque se sugiere la necesidad de formalizar estos procesos para asegurar una producción de contenido de alta calidad y responsable.

Resultado de este ejercicio de investigación, se obtuvo la identidad conceptual de la Revista que incluye las categorías de quiénes somos, objetivos, misión, visión, valores, personalidad y público

objetivo. Lo anterior, sienta las bases para fortalecer su presencia y efectividad como medio digital, contribuyendo al desarrollo profesional y académico de sus colaboradores y a la circulación de conocimiento en la región.

A continuación, se presenta el resumen de las definiciones mencionadas.

Figura 24.
Resumen identidad conceptual



Fuente: La presente investigación (2024).

El documento de la Identidad Conceptual que le permitirá conocer en detalle cada apartado, se encuentra disponible en el Anexo L. Es importante señalar que, este documento es el resultado únicamente del objetivo específico número dos, pero su contenido también será incluido dentro del manual de estilo, en conjunto con la categoría de roles y funciones del equipo editorial de la Revista Cítrico.

2.3. Diseño del Manual de Estilo para la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social

El último instrumento de recolección de información, se aplicó bajo la técnica de la Mesa Redonda, utilizada para el desarrollo del tercer objetivo específico: *“Diseñar el manual de estilo de la Revista Cítrico del programa de Comunicación Social, de la Universidad Mariana - Pasto”*.

Ahora bien, la técnica en mención, se articula con la teoría de: Lineamientos de Comunicación, propuesta en el punto 1.9.3 del presente trabajo.

Lo anterior debido a que, los lineamientos de comunicación son un conjunto de normas y directrices que guían claramente la manera en cómo los miembros de un equipo editorial deben comunicarse entre sí y con su público, asegurando coherencia en el contenido, el tono y los valores del medio.

Su construcción y aprobación de manera colaborativa es de vital importancia, ya que fomentan la uniformidad en el mensaje, facilitan la colaboración eficiente y aseguran que todo lo estipulado haya sido previamente conocido y aceptado por el equipo editorial en pleno, contribuyendo a la minimización de conflictos internos en el futuro.

Frente a las definiciones propuestas en el Marco Teórico, la que se ve reflejada mayormente tras la ejecución de la técnica, es la planteada por la Universidad El Bosque (2015), la cual plantea que los lineamientos de comunicación se reconocen como una necesidad clave dentro de cualquier organización, estando presente en todas sus actividades. Su objetivo es fortalecer la identidad institucional, pero también promover espacios de encuentro, intercambio y participación. Además, busca coordinar el trabajo de las personas encargadas de desarrollar productos

comunicacionales, fomentando la colaboración y generando sinergias entre los procesos de comunicación, que, aunque operan de manera autónoma, se complementan de forma significativa.

Esta definición tiene cabida en este apartado, ya que se refleja de manera clara en la mesa redonda realizada para aprobar los lineamientos de comunicación establecidos en el manual de estilo. En este contexto, la mesa redonda se convierte en un espacio de encuentro, intercambio y participación, tal como señala la definición, ya que reúne a todos los integrantes del Equipo Editorial de la Revista *Cítrico*, para discutir y consensuar los aspectos fundamentales del manual. Este proceso no sólo busca fortalecer la identidad institucional, sino también garantizar que todos los elementos comunicacionales estén alineados con esa identidad, estableciendo reglas editoriales que aseguren una comunicación coherente y representativa.

Asimismo, la creación del manual de estilo también está directamente vinculada con la teoría, al incluir apartados como identidad conceptual, reglas generales, conflicto de intereses y derechos de autor, convirtiéndose en una herramienta fundamental para fomentar la colaboración entre los distintos procesos ejercidos por cada uno de los integrantes de la Revista, asegurando que, aunque operen de manera independiente, sus esfuerzos se complementen de forma efectiva. Además, el apartado legal relacionado con los derechos de autor refuerza la importancia de abordar los aspectos éticos y legales de la comunicación institucional, completando el marco que permite una comunicación responsable y alineada con los valores y objetivos organizacionales.

Con base en lo anterior, se presenta la descripción del instrumento, así como el respectivo análisis de los resultados obtenidos.

Para la ejecución de la Mesa Redonda se requirió la participación de todo el equipo editorial: Andrés Mora, Director del Programa de Comunicación Social; Nataly Insuasti, Coordinadora Ejecutiva; John Rodríguez, Coordinador de Contenidos; Juan Pinzón, Coordinador Creativo; Felipe Criollo, Coordinador Podcast; María Ángela Montenegro, Editora, y Yubar Portilla, Diseñador UX.

Adicionalmente, es importante señalar que, en un principio, este ejercicio estaba planeado para ser realizado en sesión de una hora. Pese a lo anterior, durante el primer encuentro realizado el día lunes 24 de octubre de 2024, en la sala de reuniones ubicada en la biblioteca de la

universidad Mariana, a las 4:00 p.m., posterior a la socialización, los docentes emitieron dos propuestas: realizar un segundo encuentro de socialización y retroalimentación del Manual de Estilo, así como la adaptación del instrumento de recolección de información en un formato virtual donde cada profesor pudiese emitir su opinión frente al contenido del manual y los demás integrantes pudieran dar su punto de vista frente a ello, diciendo si están de acuerdo o no, lo cual garantizó que todo el equipo pudiese dar su punto de vista en cualquiera de los tres espacios habilitados. “Entonces, yo creería que las observaciones que tengamos cada uno, las podemos ir colocando en el documento y, de esa manera, podemos ir haciendo ajustes colectivamente”, expresó Montenegro A. (en Mesa Redonda, 2024).

De igual manera, durante este espacio, surgieron algunos comentarios muy concretos frente al Manual de Estilo, con los cuales se identificó que es apropiado tanto en su contenido como en su diseño; sin embargo, existen algunos apartados que podrían ser reforzados, por ejemplo, con la justificación teórica del contenido propuesto, principalmente en el apartado legal. Tal como mencionó Felipe Criollo, (en Mesa Redonda, 2024), “Apóyese en autores, porque no aparecen en el documento sobre todo autores en cuanto a las referencias en lo legal”.

Por otra parte, se realizaron sugerencias frente a las funciones y roles de los integrantes, así como frente a los géneros y formatos propuestos para los contenidos. Ante las intervenciones anteriores, tras un diálogo entre investigadores y población objeto de estudio, se hizo claridad frente a que estos apartados ya se encontraban definidos y que los investigadores no podrían ser los encargados de tomar ese tipo de decisiones frente a su modificación, puesto que le corresponden al equipo editorial.

El segundo encuentro tuvo lugar el día 18 de noviembre de 2024, el cual ya contemplaba los respectivos ajustes sugeridos la sesión pasada y dentro del documento virtual. Frente a lo anterior, se obtuvieron nuevas observaciones enriquecedoras que fortalecen el contenido y estructura del documento. Una vez definidos y aprobados estos acuerdos tanto por los integrantes del equipo editorial como por los investigadores, se dio fin al encuentro. Cabe resaltar que el documento con el contenido del Manual enviado al equipo editorial, fue previamente revisado, corregido y aprobado por el asesor John Gómez, asesor del presente trabajo de investigación.

A continuación, se presenta el análisis de las sugerencias obtenidas durante los dos encuentros y el desarrollo de la dinámica de retroalimentación a través del documento compartido de Google, las cuales fueron agrupadas con base en los apartados propuestos en el Manual de Estilo:

2.3.1. Ajustes generales

Como ajustes generales, se planteó la revisión de la redacción, principalmente orientada a la evaluación del uso del posesivo “nuestro/a” y a la revisión de afirmaciones que no estaban acorde al propósito de la Revista. También, se mencionó que debe ser definido si el texto iba a estar narrado en primera, segunda o tercera persona, para que todos sus párrafos vayan alineados en función de este aspecto gramatical.

Asimismo, se propuso tener en consideración la reubicación de las definiciones de género y formato, puesto que, inicialmente se las había incluido en un punto aparte denominado “definiciones/términos clave”.

También hubo correcciones frente al diseño, en cuando a “la compaginación está mal, la página 1, esa la página 8, porque en un libro lo empieza a contar desde la portada”, expresó Pinzón J, (en Mesa Redonda, 2024). Lo anterior es un factor que contribuye a comprender mejor la estructuración y orden del Manual de Estilo.

Los ajustes propuestos en este apartado, están principalmente orientados a mejorar la coherencia y claridad del texto y el diseño para evitar ambigüedades y garantizar su uniformidad, asegurando que todos los párrafos sigan una misma perspectiva gramatical pero que también vayan acorde con su identidad conceptual. De igual modo, el Manual al contar con correcciones de diseño, permitieron una correcta compaginación, pues es crucial para la coherencia y la facilidad de uso del mismo, ya que un error en la numeración de las páginas puede llevar a confusión y dificultar la navegación del documento. Además, la reubicación de las definiciones, da paso a una integración más fluida dentro del texto principal, facilitando la comprensión y mejorando la estructura general del documento.

2.3.2. Ajustes para identidad conceptual

Para el apartado de Identidad Conceptual, las correcciones estuvieron orientadas hacia reevaluar la proyección de la Revista para generar una visión acorde a lo que verdaderamente se aspira para el futuro. “Si no, por ejemplo: para el año 2029 se puede ser una plataforma, posicionarse a nivel regional, obtener un reconocimiento a nivel regional o posicionarse como una revista digital o universitaria, más no como un medio de comunicación.” expresó Mora A, (en Mesa Redonda 2024). De igual manera se realizaron sugerencias frente a las definiciones para cada uno de los valores, en donde se solicitó revisar su pertinencia, orden jerárquico, correspondencia, así como el replanteamiento del valor asociado a la inclusión, para así abarcar más que los tres elementos de origen, género e ideología.

Asimismo, se resaltó que es pertinente definir la libertad de prensa y la libertad de expresión como dos aspectos independientes. Este cambio se ve reflejado en el apartado de Valores, el cual permite salvaguardar la identidad de la revista y vela por el cuidado del autor.

Finalmente, se hace un ajuste en las funciones asociadas al rol del Coordinador Podcast, haciendo énfasis en que la verificación de fuentes y la creación de contenido preciso, imparcial y respetuoso, corresponde directamente al autor. “Esta es una función desde el realizador, no desde el punto de vista de quien aprueba. Sugiero quitarla. Para esta otra función, habría que llamar a cada fuente, caso que no es posible para la verificación y precisión, entonces sugiero quitarlo y ponerlo desde el compromiso del realizador”, Felipe Criollo (en comentario realizado en documento de Google, 2024)

Las correcciones sugeridas en este apartado del Manual de Estilo de la Revista Cítrico promueven una proyección que refleje su impacto y relevancia a largo plazo, por la cual se encuentran trabajando. Por su parte, la distinción entre libertad de prensa y libertad de expresión son esenciales para mantener la integridad y la misión de la revista; de igual modo, la redefinición de los valores, asegura que estos sean pertinentes; ampliar la definición de inclusión permitirá abarcar más que los aspectos de origen, género e ideología, a fin de representar una diversidad más rica en expresiones y experiencias. Por último, el ajuste en las funciones del Coordinador Podcast frente a la verificación de fuentes y la precisión de que el contenido corresponde al realizador, no

al docente encargado de su revisión, fortalece la responsabilidad ética del autor y fomenta la independencia editorial desde el proceso de creación.

2.3.3. Ajustes para pautas generales

Los ajustes para pautas generales responden en función de temas de confidencialidad y de darle un mayor desarrollo en este aspecto, puesto que se manifestó que se debería especificar a profundidad las excepciones de casos de confidencialidad. Igualmente, en la parte de la ruta de aprobación, específicamente en la categoría, se recomendó realizarlo de acuerdo a género y formato, puesto que funcionaría mejor al momento de seleccionar los contenidos durante cada una de las fases y filtros correspondientes a dicha ruta de aprobación.

Los ajustes propuestos en relación con la confidencialidad y la ruta de aprobación son fundamentales para mejorar la organización y eficiencia en el proceso editorial.

En cuanto a las publicaciones de menores de edad dentro de Cítrico, se mencionó que “Deberíamos incluir en anexos un formato más propio acerca de la autorización de publicación”, dijo Saavedra J. (en Mesa Redonda, 2024). Esto condujo a proyectar dos consentimientos informados: uno para el uso de imagen y publicación de trabajos de autores menores de edad, y otro para menores que son fuentes de información dentro de las publicaciones de la revista. Lo anterior tiene como objetivo salvaguardar la imagen de los menores de edad y asegurar que las publicaciones se realicen con el pleno consentimiento del menor y del adulto a cargo. Para revisar los consentimientos dirigirse al anexo O. (Pendiente agregar anexo)

En cuanto a la confidencialidad, es esencial especificar con detalle las excepciones a las normas, lo cual permitirá definir un protocolo preciso para su manejo, que incluya los pasos necesarios y las autorizaciones correspondientes. Esto no solo protegerá la integridad de las fuentes y la información sensible, sino que también garantizará el cumplimiento de los principios éticos.

Frente a la ruta de aprobación, el organizarla según el género y el formato del contenido optimiza el proceso, ya que permite aplicar criterios de validación específicos para cada tipo de material, como textos, podcasts o contenidos visuales, asegurando que cada uno pase por los filtros adecuados según sus características.

2.3.4. Ajustes para reglas editoriales

En cuanto al apartado de Ajustes para reglas editoriales, los participantes sugirieron correcciones que respecta a un ajuste en cuanto la definición de género en el formato de fotografía, pues se solicita una citación que reafirme qué es género. De igual modo se recomendó agregar “la categoría de fotoperiodismo”. De igual manera, sucedió en el apartado de audiovisual, en el que se manifestó considerar otros géneros.

En el mismo sentido, se manifestaron recomendaciones en cuanto al apartado de Multimedia, en el que se menciona que “Trabajos de grado” y “Proyectos de Cambio Social” son modalidades, más no géneros.

En cuanto a Podcast se recomendó que los productos propuestos no sean únicamente seriados y que puedan participar capítulos individuales sin la necesidad de otras secuencias.

“No me queda muy claro el párrafo 3.10, donde habla sobre la alteración de las imágenes”, dijo Pinzón J. (en Mesa Redonda, 2024). Por lo tanto, se contempla la especificidad de que el píxel sí se modifica, es decir, si se presenta una alteración, más aún si se justifica dentro de un proceso exclusivamente periodístico que conlleven la creación de una narrativa y la edición del producto audiovisual. Sin embargo, no se aceptan distorsiones de la narrativa que respondan a un hecho o la distorsión en la construcción de productos audiovisuales.

Por último, se agregó la observación en el apartado de imagen en cuanto a definir la resolución y dimensiones mínimas.

Los ajustes propuestos en el apartado de reglas editoriales estuvieron principalmente orientados a una mayor precisión y adecuación en la definición y clasificación de los géneros y formatos para la Revista Cítrico.

La necesidad de definir con mayor detalle estos conceptos, además de flexibilizar algunas categorías, permite brindar mayor claridad y posibilidades al público de postular trabajos que se ajusten a la revista, siempre y cuando estos cumplan con otros criterios editoriales y de calidad.

En el mismo sentido, la especificación sobre la alteración de imágenes en el párrafo 3.10 subraya la importancia de mantener una claridad entre la ejecución de la edición y la fidelidad a los hechos. Puesto que, las modificaciones deben estar justificadas desde el contexto del producto periodístico y no deben distorsionar la realidad.

Las recomendaciones también abordaron la calidad técnica de los contenidos, destacando la importancia de establecer criterios claros sobre aspectos como la resolución y las dimensiones mínimas de las imágenes, lo que garantizará una presentación profesional y formal en todas las plataformas.

2.3.5. Ajustes para conflictos de intereses

En este apartado no se logró evidenciar ninguna corrección en específico, por lo tanto, se infiere que los lineamientos propuestos son adecuados y pertinentes dentro del manual de estilo en relación con las necesidades de la Revista. Por consiguiente, tampoco hay modificaciones en las situaciones que podrían poner en duda la independencia y los principios del medio, así como la postura que Cítrico asume al respecto. Con lo anterior se ratifica que este apartado solo podrá ser modificado con un nuevo consenso previo por parte de todo el equipo.

2.3.6. Ajustes para derechos de autor

Este apartado contiene especificaciones relacionadas directamente con temas legales, en donde se manifiestan las responsabilidades jurídicas de la revista. En consonancia con lo anterior, dado que pueden presentarse diversas situaciones en torno a este tema, se expresó la posibilidad de recurrir a un profesional en este ámbito para que sea el encargado de revisar este apartado.

Ahora bien, frente a esta recomendación, los investigadores hablaron con una abogada, quien proporciona sugerencias frente a la manera en cómo citar adecuadamente las leyes y a las oficinas gubernamentales que controlan y regulan los derechos de autor en Colombia, para que este apartado sea clarificado. De igual manera, señala que, al tratarse de un documento interno que no contiene material externo como piezas gráficas, texto o contenido visual proporcionado por colaboradores externos, no requiere ningún tipo de registro ante una entidad nacional ni revisión de un profesional

en el área. Sin embargo, sí debe justificarse su desarrollo bajo la Constitución Política de Colombia y cumplir a cabalidad lo estipulado.

En esta medida, si la revista desea estar protegida y respaldada legalmente debido a la publicación de material producido por colaboradores externos, así como garantizar el cumplimiento de la ley de derechos de autor, se recomienda registrar la revista *Cítrico* en su totalidad ante la Dirección Nacional del Derecho de Autor (DNDA). Así mismo, se debe empezar a gestionar los derechos de los colaboradores con acuerdos específicos bajo los términos de ley de propiedad intelectual.

Nota: Para conocer el Manual de Estilo resultado de la presente investigación, con sus respectivos ajustes, diríjase al anexo M.

3. Conclusiones

Tras la aplicación de los cinco instrumentos de recolección de información (Entrevista Semiestructurada, Encuesta, Perfil de Capacidad Interna - PCI, Grupo focal y Mesa Redonda) que permitieron dar cumplimiento a los objetivos específicos planteados, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

La Revista Cítrico enfrenta desafíos en la ejecución de su estructura organizacional, lo cual influye en la efectividad de los procesos de comunicación interna y la gestión de actividades. Es fundamental que las organizaciones evalúen constantemente su estructura para garantizar que se encuentre alineada con los objetivos y las necesidades del equipo. La redefinición de roles y funciones puede optimizar el flujo de trabajo y facilitar la implementación de nuevas ideas. Adoptar un enfoque colaborativo y participativo en la toma de decisiones contribuiría a un entorno más cohesionado y eficiente, beneficiando tanto a los integrantes del equipo editorial como a los colaboradores y a la audiencia.

La visión y los valores de la Revista Cítrico demuestran un fuerte compromiso con la calidad y la ética periodística. La aspiración de obtener certificaciones de calidad, como la ofrecida por la Journalism Trust Initiative (JTI), y el interés por verificar los contenidos, reflejan un enfoque riguroso en mantener altos estándares éticos y profesionales. Este compromiso no solo fortalece la confianza del público, sino que también contribuye al posicionamiento de la revista como un referente académico universitario y en el periodismo de investigación en la región.

La investigación evidenció una percepción diversa sobre la identidad conceptual de la revista, tanto dentro del equipo editorial como entre los colaboradores. La ausencia de una identidad clara genera interpretaciones subjetivas que afectan la proyección y coherencia de la revista. Es importante que las organizaciones cuenten con una identidad definida que las caracterice, de modo que todo su trabajo esté alineado con esta filosofía.

La motivación de los colaboradores se destaca como una de las fortalezas principales de la revista. No obstante, el equipo requiere una comunicación interna más efectiva para mantener un clima organizacional positivo, lo cual impactaría tanto en la calidad del contenido como en la percepción de la audiencia.

La Revista *Cítrico* enfrenta un desafío en la definición precisa de su audiencia. Si bien se orienta hacia una comunidad universitaria, la falta de segmentación específica podría limitar el alcance y la efectividad de su contenido y estrategias de comunicación. Esto subraya la necesidad de realizar un estudio de mercado que permita identificar y segmentar claramente a su audiencia, lo que facilitaría la adaptación del contenido y las estrategias de comunicación a las diversas necesidades y expectativas de las diferentes audiencias.

La falta de un manual de estilo y criterios de selección detallados afecta la transparencia en la revisión y publicación de contenidos. Formalizar estos aspectos permitiría un proceso de selección estandarizado y claro para todos los colaboradores.

Frente al proceso investigativo, se concluye que la inclusión de la revisión de referentes y la realización de un diagnóstico con públicos internos y externos son elementos clave en este tipo de trabajos. Lo anterior debido a que estas actividades permiten identificar de manera precisa las necesidades y expectativas de la mayor parte de la población objeto de estudio, lo que resultó fundamental para proponer soluciones efectivas y correspondientes a los requerimientos de los distintos grupos involucrados.

Por su parte, en cuanto a la mesa redonda se pudo determinar que es un técnico apropiado para la recolección de información, si el objetivo es obtener retroalimentaciones por parte de la población objeto de estudio. Sin embargo, su aplicación enfrentó algunas dificultades, principalmente debido a la falta de tiempo para establecer las recomendaciones y observaciones, así como la participación limitada de la muestra, al destinarse espacios de corto tiempo para su realización.

Esta forma de abordar la investigación permitió identificar problemáticas ocultas, sino que también proporcionó una visión completa sobre los procesos internos de la revista, lo que resulta fundamental para la implementación de soluciones efectivas que optimicen la gestión editorial y la calidad del contenido.

Se concluye que la metodología aplicada en esta investigación facilitó la identificación de debilidades adicionales en los procesos de comunicación interna de la Revista *Cítrico*, las cuales no habían sido detectadas ni planteadas previamente por el equipo editorial. El enfoque

metodológico, que combinó diversas técnicas de recolección de información, permitió identificar estas problemáticas ocultas, pero también obtener una visión más detallada y objetiva de los procesos internos de la revista. Esto constituye una base sólida para las futuras investigaciones que deseen obtener soluciones/aportes en la mejora de la gestión editorial y la calidad del contenido.

Finalmente, la creación del manual de estilo representa una contribución fundamental al fortalecimiento editorial de la Revista *Cítrico*, al establecer lineamientos claros que garantizan la coherencia, profesionalismo y ética en la producción de contenido. Este trabajo no solo responde a una necesidad puntual de organización interna, sino que también deja un legado para futuros investigadores, quienes encontrarán en este manual una herramienta práctica y adaptable para sus propias iniciativas, ampliando las posibilidades de investigación y desarrollo en el campo de la Comunicación Social en la región.

4. Recomendaciones

Teniendo en cuenta los aspectos por mejorar encontrados durante la investigación realizada para la Revista *Cítrico* del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, se han generado las siguientes recomendaciones:

- Inicialmente, se recomienda empezar a implementar de manera oportuna el manual de estilo, para que todas las publicaciones empiecen a estar alineadas con los criterios editoriales, éticos y corporativos allí planteados.
- Se recomienda la implementación de un organigrama por funciones para clarificar roles y responsabilidades dentro de la organización. Este modelo organizativo permite estructurar el trabajo de manera que se fortalezcan los equipos, fomentando la colaboración, la participación activa y una distribución equitativa de responsabilidades entre todos los miembros. Además, el organigrama por funciones facilita la especialización, mejora la eficiencia en los procesos y asegura que cada área contribuya de manera integral al cumplimiento de los objetivos organizacionales.
- Para contribuir a la solución frente a las percepciones divergentes sobre la identidad de la revista, se recomienda crear espacios de socialización y apropiación del documento generado a partir de la presente investigación, que contiene los apartados de Quiénes somos, objetivos, misión, visión, valores, personalidad y público objetivo, permitiendo que todos los miembros empiecen a actuar de manera cohesionada y en función de un mismo objetivo.
- Dada la importancia de la ética y el respeto por los derechos de autor, se recomienda implementar talleres de capacitación sobre estos temas para el equipo editorial y colaboradores, lo cual fortalecerá la integridad periodística y el profesionalismo de la revista.
- Se recomienda estar a la vanguardia en materia legislativa respecto al uso de tecnologías emergentes como la realidad aumentada y la inteligencia artificial. Es crucial que la Revista *Cítrico* se mantenga informada y cumpla con las normativas legales vigentes dentro del país, para evitar malentendidos y prevenir posibles daños mayores. La adopción de estas

tecnologías debe realizarse de manera responsable y ética, asegurando que su implementación no infrinja derechos de autor, privacidad u otras regulaciones.

- De igual manera, en relación con el apartado legal, se recomienda registrar la revista *Cítrico* en su totalidad ante la Dirección Nacional del Derecho de Autor (DNDA). Así mismo, se sugiere empezar a gestionar los derechos de los colaboradores con acuerdos específicos bajo los términos de ley de propiedad intelectual.
- En consecuencia, de lo anterior, se recomienda implementar los consentimientos informados dirigidos a menores de edad como fuentes de información y como autores, creados como resultado de la presente investigación.
- Con la definición de los apartados técnicos para las imágenes, se recomienda velar por su cumplimiento a cabalidad, para que todos los apoyos en los contenidos, estén alineados con la imagen e identidad corporativa de la revista.
- Se recomienda desarrollar estrategias para entender mejor el perfil del público objetivo y adaptar los contenidos a sus intereses. La segmentación permitirá una comunicación más efectiva y la demostración de un mayor compromiso del público con la revista.
- Desarrollar estrategias de marketing digital que contribuyan a un mejor posicionamiento de la Revista.
- Se sugiere crear un sistema de retroalimentación al interior del equipo editorial, que permitirá identificar áreas de mejora constantes. Este proceso es esencial para mantener una alta calidad en las publicaciones y mejorar el clima laboral dentro de la Revista.
- Se recomienda redefinir las categorías de la Revista para cada uno de los formatos, en función de lo que se desea proyectar y no a partir de los trabajos que sean recibidos.
- Capacitar a los colaboradores en el uso del Manual de Estilo para asegurar su correcta aplicación y fomentar un mayor compromiso con la calidad y la coherencia de los contenidos.

- Se recomienda replantear la manera y frecuencia con la que se están llevando a cabo los consejos editoriales, para que estos puedan empezar a orientarse hacia uno de los propósitos de la Revista Cítrico de consolidarse como un medio que genere contenidos propios.
- Empezar a implementar la validación de las fuentes para garantizar la buena reputación permanente de la revista en consonancia con sus altos estándares éticos, así como el incremento de la confiabilidad de la información ante la audiencia.
- Durante el proceso investigativo se observó que la falta de tiempo limita el trabajo proactivo en equipo. Por lo tanto, se propone realizar con mayor frecuencia los encuentros del equipo editorial. En estos espacios, se deben proporcionar oportunidades de diálogo aplicando metodologías como la lluvia de ideas o la mesa redonda, que permiten enriquecer los procesos de comunicación interna de la revista.
- Implementar un sistema de evaluación y mejora continua que permita monitorear y evaluar regularmente los procesos y resultados de la revista. Esto incluye la realización de auditorías internas, encuestas de satisfacción a los lectores y colaboradores, y la revisión periódica de los objetivos y estrategias editoriales.
- Se sugiere fomentar una cultura de innovación dentro del equipo editorial, incentivando la experimentación con nuevos géneros y enfoques periodísticos. Esto puede incluir la creación de fotos periodísticas y también la caricatura, así como la posibilidad de trabajar con tecnologías emergentes como la realidad aumentada y la inteligencia artificial para enriquecer la experiencia del público.
- Frente al proceso investigativo y metodológico:
- Se les recomienda a los docentes encargados del área de la Comunicación Estratégica, incentivar el desarrollo de trabajos de aula y de grado con la Revista. Por ejemplo, en la creación de Planes de Comunicación Estratégica y Planes de Comunicación Digitales, que contribuyan a la solución de las debilidades y problemáticas encontradas durante la investigación que no fueron subsanadas con el presente trabajo.

- Se recomienda a futuros investigadores que aborden procesos comunicativos y temas relacionados, que utilicen la presente investigación como base para el fortalecimiento teórico en nuestra región; para profundizar en el estudio de la comunicación organizacional y periodística. Esto no solo enriquecerá el conocimiento académico, sino que también promoverá prácticas comunicativas más efectivas y éticas en el ámbito local.
- De igual manera, se sugiere planificar con mayor antelación los tiempos y espacios destinados a técnicas participativas como la mesa redonda, asegurando la adecuada disponibilidad de los participantes.
- Implementar estrategias de motivación para fomentar una participación más activa en las dinámicas de diagnóstico y retroalimentación.
- Por último, promover la difusión de los hallazgos metodológicos a través de publicaciones académicas, conferencias, foros y semilleros, contribuyendo al debate sobre mejores prácticas en la investigación en comunicación estratégica.

Bibliografía

- Amira, J., Hammel, M., Lavoie-Larouche y Cassen, M. (2014). *¿Cómo hacer un diagnóstico de Comunicación Social?* Oxfam. https://cng-cdn.oxfam.org/peru.oxfam.org/s3fs-public/file_attachments/C%C3%B3mo%20Hacer%20un%20Diagn%C3%B3stico%20de%20Comunicaci%C3%B3n_3_0.pdf
- Arcila, M. (2012). *Comunicación estratégica, y estrategias de comunicación para el desarrollo de las organizaciones*. Universidad Católica de Pereira. <https://repositorio.ucp.edu.co/server/api/core/bitstreams/ecede980-9f0c-4457-ad08-49db570e8ece/content>
- Arboleda, M. y Villota, E. (2023). *Estrategia para el fortalecimiento de la comunicación digital en la Sociedad de Doctores e Investigadores de Colombia-SoPhIC*. Universidad Mariana.
- Arias, S. y Vergara, J. (2016). *Aplicación de la metodología de la planeación estratégica en el Taller de Confecciones M&M*. Universidad Distrital Francisco José de Caldas. <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/8831/VergaraGelacioJohanSebastian2016.pdf?sequence=1>
- Balcázar, P., Gonzáles-Arratia, N., Gurrola, G. y Moysén, A. (2007). *Investigación Cualitativa*. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Bautista, N. (2021). *Proceso de la Investigación Cualitativa*. Segunda Edición. Manual Moderno.
- Benavides, N. y Gómez, J. (2018). *Estrategia Integral de Comunicación Educativa para el Empoderamiento del Programa “Escuela del Agua, Territorio y Paz” de la Empresa de obras Sanitarias de Pasto - EMPOPASTO S.A. E.S.P.* Universidad Mariana.
- Brandolini, A. y Gonzáles, F. (2008). *Comunicación Interna*. Icrj'apero.
- Cano, Y. (2012). *Lineamientos de comunicación interna para el Ministerio de Salud y Protección Social*. Pontificia Universidad Javeriana. <http://hdl.handle.net/10554/14978>

- Cárdenas, J. (2019). *Propuesta para la creación de lineamientos de comunicación interna en una empresa transnacional de tecnología: el caso de Teads en su operación Cono Sur (Argentina, Chile y Perú)*. [Tesis de Maestría en Comunicación Estratégica en las Organizaciones. Universidad de Piura. Facultad de Comunicación. Lima, Perú]. Pirhua Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/11042/3920>
- Cárdenas, N. (2021). *Proceso de la investigación cualitativa: epistemología, metodología y aplicaciones*.
- Carrillo, M. (2014). La comunicación estratégica y sus profesionales. *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 5 (2). (pp. 22 -46). <https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/2014-v5-n2-la-comunicacion-estrategica-y-sus-profesionales>
- Castaño, S. y Montoya, P. (2018). Reflexiones sobre la construcción de problemas de investigación desde las perspectivas empírico-analítica (Investigación cuantitativa) e histórico-hermenéutica (Investigación cualitativa). *Situaciones y Retos de la Investigación en Latinoamérica*. (pp. 45 - 61). <https://curso.ihmc.us/rid=1SVYJWVMX-1P4R5GW-3DVJ/4.%20Reflexiones.pdf>
- Cerna, F. (2017). *Lineamientos para el diseño de un sistema de comunicación interna para la Dirección de Educación Continua (DEC) de la Pontificia Universidad Católica del Perú*. Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/9754>
- CIDEU. Centro Iberoamericano de Desarrollo Estratégico Urbano. (2023). Pasto -CIDEU. CIDEU. <https://www.cideu.org/miembro/pasto/>
- Colombia. (1991). *Constitución Política de Colombia*. Artículo 20 sobre la libertad de expresión y la prohibición de la censura.
- Colombia. (2018). Ley 1915 de 2018, por la cual se modifica la Ley 23 de 1982 y se establecen nuevas disposiciones sobre derechos de autor y derechos conexos. Artículos 1 y 12.
- Colombia, Presidencia de la República. (2022). Decreto 767 de 2022, por el cual se establece la Política de Gobierno digital. [Decreto oficial]

Cítrico. (s.f). *Somos Cítricos*. Cítrico. <https://revistacitrico.wixsite.com/my-site/about-1>

Criollo, F. (2019). *Propuesta Revista Digital Programa de Comunicación Social*. Universidad Mariana.

Cruz, J. (2023). *Técnicas de investigación*. Instituto de Estudios Superiores de Chiapas.

Cuan, M., Medina, S. y Rojas, S. (2020). *Filosofía organizacional como fundamento de la gestión financiera*. Editorial Gente Nueva.
<https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/bitstream/handle/uniguajira/451/69.%20Filosofia%20Organizacional%20Gestion%20Financiera%20-web-.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Egas, E. y Yance, K. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil - Ecuador. *Revista Espacios, Vol. 39 (No. 24)*. (p. 20).
<https://ww.revistaespacios.com/a18v39n24/a18v39n24p20.pdf>

El Diagnóstico de Comunicación. (s.f.) Bruno, D. *Diagnóstico y poder. Diagnóstico y participación*. Universidad Nacional de la Plata.
<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/5565/eldiagnc3b3sticocomunicacional-daniela-bruno.pdf?sequence=1>

Eljadue, Y. y Jiménez, J. 2017. *Diseño de un plan estratégico para la corporación INCATE*. Universidad del Norte.
<https://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/8236/133737.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

García, A. (2015). *La importancia del manual como herramienta de aprendizaje del estilo periodístico. Una propuesta de guía de estilo para los estudiantes de periodismo*. Tesis de grado no publicada de Comunicación. Universidad de Piura. Facultad de Comunicación. Piura, Perú. <https://hdl.handle.net/11042/2268>

- González, M. (2016). *En clave comunicacional. La importancia del diagnóstico y el conocimiento de la cultura organizacional para la generación de estrategias de cambio y transformación desde la comunicación interna en las organizaciones*. [Tesis doctoral, Universidad Nacional de la Plata. Repositorio Institucional de la UNLP].
<https://doi.org/10.35537/10915/58446>
- González, P. (s.f). *Investigación Cualitativa*. Eje 3. Fundación Universitaria del Área Andina.
https://digitek.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/2575/RP_eje3.pdf?sequence=1#:~:text=La%20muestra%20de%20expertos%3A%20hacen,para%20construir%20dise%C3%B1os%20de%20cuestionarios
- Gómez, A. (2022). *Propuesta de lineamientos para la gestión de la comunicación y la formulación de un manual de crisis en el sector logístico*. Pontificia Universidad Javeriana.
<http://hdl.handle.net/10554/64042>
- Gómez, J. (2022). *Propuesta de Manual de Estilo Editorial para mejorar la corrección profesional de textos académicos en la Edición Universitaria de la Universidad Autónoma de Chiapas*. Universidad Autónoma de Chiapas. [Tesis de Maestría, Universidad Autónoma de Chiapas, México]. Repositorio UNACH.
<http://www.repositorio.unach.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/3605/1/PS1231%20-%20Jenny%20Ivette%20G%C3%B3mez%20Hern%C3%A1ndez.pdf>
- Grupo DIRCOM. (2020). Definición de Comunicación Digital y su objetivo [Podcast]. En Grupo DIRCOM. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=K-lfXX9ULMY>
- Guevara, M. (2011). *Lineamientos para el diseño de una unidad de comunicaciones para ONG's o fundaciones*. Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga.
https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/1582/digital_21615.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill Education.

International Standard Serial Number (s.f.). ¿Qué es el ISSN?

<https://www.issn.org/es/comprender-el-issn/que-es-el-numero-issn/>

Larrea, J. [Grupo DIRCOM] (2020). *¿Qué es la Comunicación Digital?* [video]. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=K-lfXX9ULMY&ab_channel=GrupoDIRCOM

Lince, J. (2015). *Propuesta de lineamientos para una política de comunicación local de los objetivos de desarrollo del milenio para las Agencias de la Organización de las Naciones Unidas en Guatemala*. Universidad Rafael Landívar.

<http://186.151.197.48/tesiseortiz/2015/05/01/Lince-Juliana.pdf>

Llanacuna, J. y Pujol, L. (2006). *La comunicación en las organizaciones*. Fundación MAPFRE

<https://acortar.link/KUIsvw>

Llensa, M. (2015). Definiciones de Revista Digital. *Ubicuo Studio*.

<https://www.ubicuostudio.com/es/revistas-digitales-apps/definiciones-de-revista-digital/>

Lobo, L. (2020). *Consolidación de lineamientos corporativos que permitan la implementación y el apoyo a las estrategias internas y externas del grupo empresarial hamburguesas el garaje*. Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga.

<http://hdl.handle.net/20.500.11912/8590>

Manuales de estilo. (s.f). Biblioteca Víctor M. Pons Gil. Universidad de Puerto Rico.

<https://www.upr.edu/biblioteca-uprcy/manuales-de-estilo/>

Martín, G. F., Poiré, M. J., Módena, L., Fernández, C. A., Dómine, P., Sánchez, P., Mariela, R. P., Rolfi, B., Mussis, M., Párraga, J., Chiarenza, D., Dallavia, L., Echave, P., Martín, G. F., Poiré, M. J., & Módena, L. (2016, 3 noviembre). Gestión de la comunicación digital. Miradas, procesos y desafíos. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/56733>

Martín, J. y Merlo, J. (2003). *Las revistas electrónicas: características, fuentes de información y medios de acceso*. Anales de Documentación, núm. 6. Universidad de Murcia. España. (pp.

155-186). <https://www.redalyc.org/pdf/635/63500611.pdf>

Mineducación. *Educación superior 2014 - Síntesis estadística Departamento de Nariño.*

https://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-212352_narino.pdf

Minciencias (2022). *Colombia se consolida como el segundo país en América Latina con mayor número de revistas indexadas.* Minciencias.

https://minciencias.gov.co/sala_de_prensa/colombia-se-consolida-como-el-segundo-pais-en-america-latina-con-mayor-numero

Montoya, P. y Cogollo, S. (2018). *Situaciones y Retos de la Investigación en Latinoamérica.*

Editorial Universidad Católica Luis Amigó. <https://www.researchgate.net/profile/Sonia-Cogollo->

[Ospina/publication/325555119_Situaciones_y_retos_de_la_investigacion_en_Latinoamerica/links/5b15ce814585151f91fb0729/Situaciones-y-retos-de-la-investigacion-en-Latinoamerica.pdf](https://www.researchgate.net/publication/325555119_Situaciones_y_retos_de_la_investigacion_en_Latinoamerica/links/5b15ce814585151f91fb0729/Situaciones-y-retos-de-la-investigacion-en-Latinoamerica.pdf)

Nicomedes, E. (2018). *Tipos de Investigación.* Universidad Santo Domingo de Guzmán.

<https://core.ac.uk/download/pdf/250080756.pdf>

Orús (2023). *Consumo online de periódicos y revistas por edad en la UE en 2022.* Statista.

<https://es.statista.com/estadisticas/944431/porcentaje-de-lectores-de-periodicos-y-revistas-digitales-por-edad-ue/>

Orús (2023). *Número de personas que leyeron revistas digitales a nivel mundial entre 2017 y*

2028. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/1426043/numero-de-lectores-de-revistas-digitales-en-todo-el-mundo/>

Página oficial Universidad Mariana. (s.f). <https://www.umariana.edu.co/index.html>

Palmett, A. (2020). *Métodos Inductivo, Deductivo y Teoría de la Pedagogía Crítica.* Petroglifos.

Revista Crítica Transdisciplinar. <https://petroglifosrevistacritica.org.ve/wp-content/uploads/2020/08/D-03-01-05.pdf>

Parrales, M. (2014). *Diseño de lineamientos estratégicos y comunicación digital para el posicionamiento institucional de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.* [Tesis de

posgrado, Universidad Politécnica Salesiana, sede Quito]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7330>

Pelta, R. (s.f). *Design Thinking*. Tendencias en la metodología y teoría del diseño, módulo 4. Universidad Politécnica de Ingeniería. Honduras. https://upi.edu.hn/wp-content/uploads/2021/03/03-Design-Thinking.-Tendencias-en-la-teoria-y-la-metodologia-del-diseno_Modulo-4.pdf

Pérez, M. (2011). *Manual de estilo multimedia para El Universal*. Universidad Monteávila. <https://psn.si/wp-content/uploads/2017/08/Manual-de-Estilo-digital.pdf>

Petrone, P. *Principios De La comunicación Efectiva En Una Organización De Salud*. Rev Colomb Cir 2021, 36, 188-192. <https://doi.org/10.30944/20117582.878>

Política de Comunicaciones. (2015). Universidad El Bosque. Editorial Universidad El Bosque. https://www.unbosque.edu.co/sites/default/files/2017-06/politica_comunicacion.pdf

Posadas, G. (2019). *Propuesta de lineamientos de comunicación interna en un medio de comunicación televisivo para la construcción de cultura corporativa: caso de Panamericana Televisión en el Perú*. Tesis de Maestría en Comunicación Estratégica en las Organizaciones. Universidad de Piura. Facultad de Comunicación. Lima, Perú. <https://hdl.handle.net/11042/3919>

Programa de Comunicación Social Universidad Mariana. (s.f). *Universidad Mariana*. <https://www.umariana.edu.co/comunicacion-social.html>

Programa de Comunicación Social - Universidad Mariana. (s.f.). Inicio [Página de Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/comunicacionsocialUM?mibextid=ZbWKwL>

Quispe, D. y Sánchez, G. (2011). Encuestas y entrevistas en la Investigación Científica. *Revista de Actualización Clínica (vol. 10)*. (pp. 490- 494) http://revistasbolivianas.umsa.bo/pdf/raci/v10/v10_a09.pdf

Revista Cítrico. *Revista Cítrico: contenidos periodísticos y académicos que abordan la actualidad colombiana y Latinoamericana.* (s. f). <https://www.revistacitrico.com/>

Rodríguez, M. (s.f.). Introducción a la Cultura Digital. *SEO en México.*
<https://www.seoenmexico.com.mx/blog/cultura-digital/#:~:text=La%20cultura%20digital%20ofrece%20numerosos,la%20creaci%C3%B3n%20de%20contenidos%20digitales>

Ruiz, E. (2013). El periodismo digital: la revolución de los contenidos. *Escola Superior de Disseny.* <https://labmedia.org/wp-content/uploads/docs/ES/el-periodismo-digital.pdf>

Sánchez, I. (2022). *Análisis de los lineamientos estratégicos de comunicación de la responsabilidad social del Centro Cultural Centenario de Chimbote durante el 2021.* Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/125605/Sanchez_AIJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sapiens Research (2021). *Ranking mejores Colegios-Pasto, Nariño, Colombia 2020-2021.* Sapiens Research. <https://www.srg.com.co/colegios/ranking-losmejorescolegios-pasto-narino-2020-2021/#:~:text=En%20Pasto%20hay%2097%20colegios,lograron%20clasificar%20en%20esta%20versi%C3%B3n>

Secretaría de Educación. (2020). *Manual de Estilo para productos periodísticos y comunicativos.* Oficina Asesora de Comunicación y Prensa. Alcaldía Mayor de Bogotá.
https://www.educacionbogota.edu.co/portal_institucional/sites/default/files/inline-files/PV%20Anexo%203-%20Manual%20de%20estilo%20para%20productos%20period%C3%ADsticos%20y%20comunicativos.pdf

Solano, E. (2019). *Propuesta para la creación de lineamientos de marketing digital para el núcleo de apoyo contable y fiscal (naf) en el marco del convenio interinstitucional suscrito*

entre la Universidad de Córdoba y la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - Dian. Universidad de Córdoba. <https://repositorio.unicordoba.edu.co/handle/ucordoba/2429>

Universidad Mariana. (2013). *Acuerdo 056 de 2013, por el cual se adopta la Política de Protección de Datos*. Título I.

Universidad Mariana. (s.f) Portafolio Integrado de Consultorías y Servicios de la Universidad Mariana - PICSUM. Universidad Mariana. <https://www.umariana.edu.co/conecte/portafolio-servicios-conecte.pdf>

Useche, M, Artigas, W, Queipo, B y Perozo, É. (2019). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos*. Universidad de la Guajira. <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/handle/uniguajira/467>

Veloza, J. (2019). *Plan Estratégico Integral de Comunicación, para el Fortalecimiento de la Identidad e Imagen Corporativa de la Empresa Más Fruta Pasto*. Universidad Mariana.

Webmaster. (2020). *Presencia de la educación superior en Pasto y Nariño*. El Observatorio de la Universidad Colombiana. <https://www.universidad.edu.co/presencia-de-la-educacion-superior-en-pasto-y-narino/>

Anexos

Anexo A. Cronograma general de investigación

Mes (2024)	Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Sub-fase investigación																																
<i>Fase uno: Diseño</i>																																
Definición del área temática																																
Contextualización de la problemática																																
Delimitación de la investigación																																
Diseño de investigación																																
<i>Fase dos: Trabajo de campo</i>																																
Recolección de la información																																
Organización de la información																																
Cierre de trabajo de campo																																
<i>Fase tres: Reflexión y discusión de la información</i>																																
Análisis																																
Interpretación y discusión																																
Conceptualización																																
<i>Fase cuatro: Informe final</i>																																
Conclusiones																																
Organización informe final																																
Presentación																																

Nota: La tabla de cronograma general fue tomada de Bautista (2021) y ajustada en función de las fechas concernientes a la presente investigación.

Anexo B. Matriz de categorización de objetivos

Objetivo	Categorías	Subcategorías	Preguntas Orientadoras	Fuentes	Técnicas	Instrumentos	
Diagnosticar los procesos de comunicación existentes, en relación con la selección y publicación de contenidos en la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana - Pasto.	Diagnósticos de comunicación. Procesos de Comunicación en medios digitales.	de de de	Análisis situacional.	¿Cuál es la situación actual de los procesos de comunicación al interior de la Revista Cítrico? ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de la revista? ¿Existen criterios establecidos para la selección de contenidos en la Revista Cítrico? ¿Cuáles son ?	Comité editorial: Director, Coordinadora Ejecutiva, Coordinador Creativo, Coordinador de Contenidos, Coordinador Podcast, Editora, Diseñador UX y practicante.	Entrevista semiestructurada Perfil de Capacidad Interna - PCI	Cuestionario de preguntas Matriz PCI
			Selección de contenidos.				

<p>Establecer la Identidad Conceptual de la Revista Cítrico del programa de Comunicación Social, de la Universidad Mariana - Pasto.</p>	<p>Identidad conceptual.</p>	<p>Objetivo(s). Misión. Visión. Valores.</p>	<p>¿Qué es la Revista cítrico? ¿Qué hace la revista cítrico? ¿Cuál es su razón de ser? ¿Hacia dónde se proyecta? ¿Cuál es su objetivo? ¿Qué hace diferente a la Revista Cítrico de sus competidores? ¿Cuál es la esencia de la Revista?</p>	<p>Comité editorial: Director, Coordinadora Ejecutiva, Coordinador Creativo, Coordinador de Contenidos, Coordinador Podcast, Editora, Diseñador UX y practicante.</p>	<p>Grupo focal</p>	<p>Cuestionario de preguntas</p>
<p>Diseñar un manual de estilo dirigido a la Revista Cítrico del programa de Comunicación Social, de la Universidad Mariana - Pasto.</p>	<p>Lineamientos de comunicación para revistas digitales.</p>	<p>Identidad conceptual de la revista. Manual de estilo</p>	<p>¿Qué géneros se admiten en cada formato? ¿Qué criterios de selección se deben tener en cuenta para cada uno de los géneros? ¿Qué usos se le debe dar al material recibido en sus diferentes formatos?</p>	<p>Comité editorial: Director, Coordinadora Ejecutiva, Coordinador Creativo, Coordinador de Contenidos, Coordinador Podcast, Editora, Diseñador UX y practicante.</p>	<p>Design Thinking</p>	<p>Guía para la realización del Design Thinking</p>

			<p>¿Qué recomendaciones se deben tener en cuenta antes, durante y después de la selección del contenido?</p> <p>¿Qué consideraciones deben tener en cuenta los estudiantes para postular sus trabajos?</p>			
--	--	--	--	--	--	--

Nota: La matriz de categorización de objetivos fue construida exclusivamente para la presente investigación.

Anexo C. Formato de entrevista semiestructurada

Ficha técnica	
Nombre del entrevistador	Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade Rosero
Nombre y rol del entrevistado	
Fecha	
Lugar	
Objetivo	Conocer los criterios de selección que posee el público interno (equipo editorial) de la Revista Cítrico, en relación con la selección de contenidos en sus diferentes formatos (texto, fotografía, audiovisual, multimedia y podcast).

Preguntas:

1. ¿Qué funciones cumple dentro de su rol como _____ (depende del entrevistado)?
2. Dentro de la revisión de contenido competente a su rol, ¿existen algunos criterios que determinen la calidad del contenido que se propone para la selección?
3. ¿Cuáles son esos criterios?
4. ¿Con base en qué o en quién se tomó la decisión de seleccionar bajo esos criterios?
5. ¿El resto del equipo conoce los criterios de selección que se tiene en el formato que usted revisa?

6. ¿Qué entiende usted por género y qué entiende por formato?
7. ¿Qué géneros se manejan dentro del formato que usted revisa?
8. ¿Cree que los criterios para la selección de contenido van en función del ser, quehacer y deber ser de la Revista? Sí o no, ¿por qué?
9. Los estudiantes/docentes y egresados quienes postulan sus trabajos a la Revista, ¿conocen los criterios de selección que se manejan al interior de la revista?
10. ¿Por qué considera importante la definición de unos lineamientos orientados a la selección de los contenidos en la Revista?

Preguntas por formato:

- **Texto:**

1. ¿Qué temas o géneros prefieren para los textos que publican?
2. ¿Qué extensión mínima o máxima prefieren para los artículos o ensayos que consideran?
3. ¿Qué estilo de escritura se maneja en los textos que seleccionan (por ejemplo, académico, narrativo, periodístico)?
4. ¿Cuáles son los aspectos clave que consideran para determinar la calidad de la escritura?
5. ¿Qué importancia tiene la claridad y la estructura en la selección de textos para publicación?
6. ¿Qué aspectos deben tener en cuenta los escritores quienes deseen postular sus textos ante la Revista?
7. ¿Cuál es el proceso de revisión y edición de los textos antes de su publicación?

- **Fotografía:**

1. ¿Qué estilo de fotografía prefieren para las imágenes que seleccionan?
2. ¿Cuáles son los temas o géneros visuales que más destacan en su publicación?

3. ¿Qué criterios utilizan para evaluar la calidad técnica de una fotografía?
4. ¿Tienen preferencia por algún tipo de edición o postproducción en las fotografías que seleccionan?
5. ¿Qué importancia tienen la creatividad y la narrativa visual en la selección de fotografías?
6. ¿Qué aspectos deben tener en cuenta los escritores quienes deseen postular sus fotografías ante la Revista?
7. ¿Cuál es el proceso de revisión y edición de las fotografías antes de su publicación?

- **Audiovisual:**

1. ¿Qué tipos de contenido audiovisual prefieren para su plataforma (videos, podcasts, documentales, etc.)?
2. ¿Cuáles son los temas o géneros que más destacan en los contenidos audiovisuales que eligen publicar?
3. ¿Los videos deben tener alguna duración específica?
4. ¿Qué criterios utilizan para evaluar la calidad técnica y de producción de un contenido audiovisual?
5. ¿La narrativa o el guion es un factor a tener en cuenta para la selección del material audiovisual?
6. ¿Qué aspectos deben tener en cuenta las personas quienes deseen postular sus productos audiovisuales ante la Revista?
7. ¿Cuál es el proceso de revisión y edición de los productos audiovisuales antes de su publicación?

- **Multimedia:**

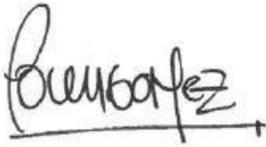
1. ¿Cómo integran los contenidos multimedia en sus publicaciones?

2. ¿Qué criterios utilizan para seleccionar qué multimedia puede ser publicada en la Revista?
3. ¿Evalúan la interactividad y la experiencia del usuario con las piezas multimedia o únicamente se tiene en cuenta el tipo de contenido?
4. ¿Qué aspectos deben tener en cuenta las personas quienes deseen postular sus productos audiovisuales ante la Revista?
5. ¿Cuál es el proceso de revisión y edición de los productos multimedia antes de su publicación?

- **Podcast:**

1. ¿Qué tipos de temas prefieren que sean abordados en los podcasts?
2. ¿Qué criterios se utilizan para evaluar la calidad del contenido de los podcasts que seleccionan?
3. ¿Qué criterios se tienen en cuenta a nivel técnico?
4. ¿Consideran la estructura narrativa o el guion como parte importante en la selección de podcasts?
5. ¿La gestión y difusión de los podcasts se hace únicamente a través de la Revista o manejan otras plataformas?
6. ¿Qué aspectos deben tener en cuenta las personas quienes deseen postular sus podcasts ante la Revista?
7. ¿Cuál es el proceso de revisión y edición de los podcasts antes de su publicación?

VALIDADO POR	
Nombres y apellidos:	John Carlos Gómez Granja

Docente asesor:	John Carlos Gómez Granja
Celular:	301 677 4980
Correo:	jhgomez@umariana.edu.co
Firma:	

Anexo D. Formato de encuesta

Instrumento de diagnóstico:	ENCUESTA
Título de la investigación:	Fortalecimiento de los procesos de comunicación interna y externa de la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social - Universidad Mariana.
Investigadores:	Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade Rosero
Objetivo específico:	Diagnosticar los procesos de comunicación existentes, en relación con la selección y publicación de contenidos en la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana - Pasto.

Consentimiento informado: El dueño de la información brindada a través del presente cuestionario fue invitado a participar en la encuesta correspondiente a la investigación “Fortalecimiento de los procesos de comunicación interna y externa de la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social - Universidad Mariana” debido a su relación con la Revista Cítrico. Junto con el formulario, le fue puesto en conocimiento el objetivo del mismo y su derecho a la protección de información amparado bajo la confidencialidad expuesta en la normatividad de la Ley de Protección de Datos. Ante ello, el encuestado acepta y manifiesta su intención de participar de manera voluntaria en este instrumento de investigación.

Preguntas	Opciones de respuesta
<p>1. Al momento de proponer su contenido, ¿qué rol desempeñaba dentro del ámbito educativo?</p>	<p>A. Estudiante del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana</p> <p>B. Egresado del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana</p> <p>C. Docente del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana</p> <p>D. Otro _____</p>
<p>2. ¿Cuál es el título del contenido que usted postuló ante la Revista?</p>	<p>Respuesta corta:</p> <p>_____</p>
	<p>A. Texto</p>

<p>3. ¿A qué formato pertenece el trabajo que usted postuló?</p>	<p>B. Fotografía</p> <p>C. Audiovisual</p> <p>D. Multimedia</p> <p>E. Podcast</p>
<p>4. ¿Conoce el género al que pertenece su trabajo?</p>	<p>A. Sí</p> <p>B. No</p> <p>C. No sé qué es un género</p>
<p>5. ¿Cuál fue la razón por la que postula su trabajo a la Revista?</p>	<p>A. Realicé un trabajo para una materia y el profesor me dijo que lo postule</p> <p>B. Considero que el contenido de mi trabajo es de gran relevancia y merecía ser difundido</p> <p>C. Creo que mi/s trabajo/s cumple/n con los criterios de calidad necesarios para ser publicados en una Revista</p> <p>D. Porque tenía curiosidad</p> <p>E. Porque quería colaborar con la Revista</p> <p>F. Otro _____</p>
<p>6. ¿Conoce los criterios de selección que maneja la Revista Cítrico con relación</p>	<p>A. Sí, los conozco perfectamente</p>

<p>al formato al que pertenece su trabajo?</p>	<p>B. Sí, los conozco, pero no por completo</p> <p>C. Conozco, pero algo muy mínimo</p> <p>D. No, no conozco, pero es porque no ha sido de mi interés conocerlos</p> <p>E. No, no conozco ni tampoco sabía que se manejaban criterios de selección en la Revista</p>
<p>7. ¿Qué tan importante le parece a usted que la Revista Cítrico tenga un Manual de Estilo que dé claridad sobre los criterios de selección que se manejan al interior de la misma?</p>	<p>A. Muy importante</p> <p>B. Importante</p> <p>C. Moderadamente importante</p> <p>D. Poco importante</p> <p>E. Nada importante</p> <p>F. Me es indiferente</p>
<p>8. ¿Conoce usted la identidad conceptual de la Revista Cítrico (misión, visión, valores, personalidad y objetivos)?</p>	<p>A. Sí, perfectamente</p> <p>B. Sí, pero no por completo</p> <p>C. No, no conozco</p> <p>D. No estoy segur@</p>
	<p>A. Sí, los contenidos publicados en la Revista reflejan claramente su identidad conceptual</p>

<p>9. Si su respuesta anterior fue “sí”, ¿cree que los contenidos publicados en la Revista están alineados con su identidad conceptual?</p>	<p>B. En su mayoría, los contenidos reflejan aspectos importantes de la identidad y objetivos de la Revista, pero podría haber algunas publicaciones por mejorar</p> <p>C. Los contenidos publicados ofrecen una idea general de la identidad y propósito de la Revista, pero aún les hace falta mayor claridad y coherencia</p> <p>D. No, los contenidos publicados no parecen estar alineados con la identidad que la Revista pretende representar</p> <p>E. No estoy seguro, me hace falta realizar un análisis más detallado de los contenidos para determinar si reflejan adecuadamente la identidad conceptual de la Revista</p>
---	--

Fuente: Torres, Gómez y Gómez (2021). Estudio de la Comunicación Corporativa en la ciudad de Pasto. Censo empresarial 2019-2020 - Cámara de Comercio de Pasto.

VALIDADO POR	
Nombres y apellidos:	John Carlos Gómez Granja
Docente asesor:	John Carlos Gómez Granja

Celular:	301 677 4980
Correo:	jhgomez@umariana.edu.co
Firma:	

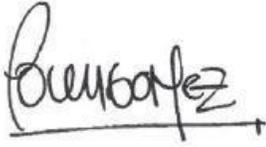
Anexo E. Matriz PCI

Instrumento de diagnóstico:	MATRIZ PCI
Título de la investigación:	Fortalecimiento de los procesos de comunicación interna y externa de la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social - Universidad Mariana.
Investigador:	Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade Rosero
Objetivo específico:	Diagnosticar los procesos de comunicación existentes, en relación con la selección y publicación de contenidos en la Revista Cítrico del Programa de

				Comunicación Social de la Universidad Mariana - Pasto.					
Factores/ Capacidades	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Estructura organizacional									
Toma de decisiones									
Motivación del personal									
Misión									
Visión									
Valores									
Objetivos									
Procesos de comunicación internos para la selección de contenidos									

Planeación estratégica									
---------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Mg. John Gómez Granja – Universidad Mariana (2020)

VALIDADO POR	
Nombres y apellidos:	John Carlos Gómez Granja
Docente asesor:	John Carlos Gómez Granja
Celular:	301 677 4980
Correo:	jhgomez@umariana.edu.co
Firma:	

Anexo F. Formato entrevista grupo focal

Instrumento de diagnóstico:	GRUPO FOCAL
Título de la investigación:	Fortalecimiento de los procesos de comunicación interna y externa de la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social - Universidad Mariana.

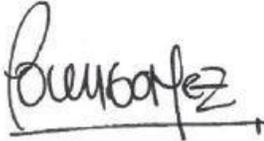
Investigadores:	Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade
Objetivo específico:	Establecer la Identidad Conceptual de la Revista Cítrico del programa de Comunicación Social, de la Universidad Mariana - Pasto.
Muestra:	Comité editorial de la Revista Cítrico (7 personas): Director, Coordinadora Ejecutiva, Coordinador Creativo, Coordinador de Contenidos, Coordinador Podcast, Editora, Diseñador UX y Gestora 2024 - 1.
Metodología:	El investigador cumplirá el rol de moderador para la aplicación de este instrumento. En esta medida, durante el encuentro, el investigador irá emitiendo cada una de las preguntas orientadoras y los participantes interesados en dar respuesta deberán levantar la mano para poder intervenir. Cada intervención tendrá una duración máxima de 3 minutos.
Eje temático:	Identidad conceptual en revistas digitales
Preguntas:	<ol style="list-style-type: none">1. ¿Qué es la Revista cítrico?2. ¿Cuál es su objetivo?

3. ¿Qué hace la Revista Cítrico?
4. ¿Cuál es su razón de ser?
5. ¿Hacia dónde se proyecta?
6. ¿Cuál es la imagen deseada de la Revista?
7. ¿Qué actividades se desarrollan en el presente y qué actividades se espera desarrollar en el futuro?
8. ¿Qué hace diferente a la Revista Cítrico de sus competidores?
9. ¿Cuál es la esencia de la Revista?
10. ¿Qué valores representan a la Revista y por qué?
11. ¿Qué personalidad creen que tiene la Revista?
12. ¿Cuál es el público objetivo de la Revista?
13. ¿Cómo deberían ser los contenidos en relación con el ser de la revista?
14. ¿Cómo deberían ser los contenidos en relación con el quehacer de la revista?
15. ¿Cómo deberían ser los contenidos en relación con el deber ser de la revista?

Posiciones o puntos de vista:

Análisis:

Fuente: Mg. Felipe Benavides Paz – Universidad Andrés Bello – Chile

VALIDADO POR	
Nombres y apellidos:	John Carlos Gómez Granja
Docente asesor:	John Carlos Gómez Granja
Celular:	301 677 4980
Correo:	jhgomez@umariana.edu.co
Firma:	

Anexo G. *Guía para la realización de la Mesa Redonda*

Objetivo: Validar y fortalecer la creación de lineamientos y diseño del manual de estilo para la Revista *Cítrico* del programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, Pasto.

Metodología: Se programa una sesión de 40 minutos, en donde los investigadores y el equipo editorial se reúnen para ejecutar las etapas correspondientes a este instrumento, mencionadas a continuación.

1. Socialización

En esta etapa, los participantes deberán escuchar atentamente la socialización del manual de estilo, creado por los investigadores, con base en la información recolectada durante la aplicación de instrumentos del primer y segundo objetivo específico. En esta socialización, se dará a conocer el diseño, pero también cada uno de los puntos definidos al interior del manual, en donde se argumentará la importancia y obtención de cada uno de estos.

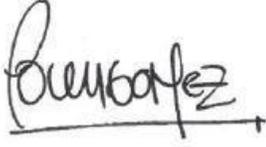
2. Retroalimentación

En esta etapa, inicialmente, uno de los investigadores asumirá el rol de moderador, dando a conocer los puntos sobre los cuales va a estar dirigido el diálogo. Una vez claro este punto, cada uno de los participantes, de manera organizada, levantando la mano, dará a conocer su punto de vista frente al manual de estilo presentado en el punto anterior. La retroalimentación no solo está orientada a las sugerencias sobre diseño y contenido del manual, sino también la manera en cómo este podría ser compartido entre su público de interés, para lograr el impacto deseado.

3. Comentarios/preguntas finales

Finalmente, tras haber escuchado tanto la socialización de los investigadores como la retroalimentación del equipo editorial de la Revista Cítrico, se procederá a abrir un último espacio destinado a brindar las respectivas conclusiones obtenidas de la jornada, así como también las inquietudes que hayan surgido para cada una de las partes. Esto con el fin de dar mayor claridad frente a los requerimientos, para la posterior corrección y mejora del manual de estilo.

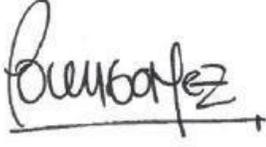
Empatizar	Definir	Prototipar

VALIDADO POR	
Nombres y apellidos:	John Carlos Gómez Granja
Docente asesor:	John Carlos Gómez Granja
Celular:	301 677 4980
Correo:	jhgomez@umariana.edu.co
Firma:	

Anexo H. Validación de instrumentos

El día 15 de abril de 2024, se realiza la validación de los 5 instrumentos requeridos para la aplicación del presente trabajo, por parte del docente asesor John Carlos Gómez Granja. A continuación, se adjunta la tabla utilizada para la validación de cada instrumento:

VALIDADO POR	
Nombres y apellidos:	John Carlos Gómez Granja
Docente asesor:	John Carlos Gómez Granja
Celular:	301 677 4980

Correo:	jhgomez@umariana.edu.co
Firma:	

Anexo I. Sistematización de entrevistas

Entrevista 1: Ficha técnica		
Nombre del entrevistador	Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade Rosero	
Nombre y rol del entrevistado	Juan Pinzón Escandón Docente – Coordinador creativo	
Fecha	19 de junio de 2024	
Lugar	Programa de Comunicación Social – Universidad	
Objetivo	Conocer los criterios de selección que posee el público interno (equipo editorial) de la Revista Cítrico, en relación con la selección de contenidos en sus diferentes formatos (texto, fotografía, audiovisual, multimedia y podcast).	
Preguntas	Respuestas	Análisis

<p>1. ¿Qué funciones cumple dentro de su rol como Coordinador creativo?</p>	<p>No hay roles claros, nada funciona como se supone debería funcionar, quienes deciden todo son Andrés Mora y Nataly Insuasti, a veces María Angela o John Rodríguez hace corrección de estilo, y a mi eventualmente me preguntan por imágenes o por videos, lo que yo en realidad hago es una curaduría fotografía, más que una coordinación creativa, hasta ahí llega mi responsabilidad ahora.</p>	<p>De acuerdo al entrevistado se evidencia una ausencia de claridad en los roles y en las acciones que toma cada uno, así mismo, en cuanto a la toma de decisiones, se puede vislumbrar un modelo horizontal de comunicaciones.</p> <p>En este sentido destaca que dentro de su rol hacer una curaduría fotografía, más no una revisión clara que responda a unos lineamientos definidos.</p>
---	--	---

<p>2. Dentro de la revisión de contenido competente a su rol, ¿existen algunos criterios que determinen la calidad del contenido que se propone para la selección? ¿Cuáles son esos criterios?</p>	<p>Claro, hay unos mínimos criterios que muchas veces no se cumplen y ha tocado adaptar la página al material que llega.</p> <p>Por ejemplo, el formato vertical ha empezado a aceptarlo, yo lo rechazaría, pero otros compañeros tomaron esa decisión. Yo preferiría ser más riguroso y que no la página se adapte a las personas y si tener una línea gráfica que respetar.</p>	<p>El entrevistado manifiesta que existen unos roles claros para él, al momento de seleccionar un contenido audiovisual, sin embargo, el material que llega es de mala calidad y muchas veces hay que aceptarlo, sea porque el estudiante no tiene un producto que se adapte a los lineamientos, que se han contemplado con anterioridad o porque ha sido una decisión arbitraria, en este sentido se detecta un conflicto en el gobierno organizacional de la revista.</p>
--	---	---

<p>3. ¿Con base en qué aspectos, características o factores se tomó la decisión de seleccionar bajo esos criterios?</p>	<p>Es importante tener en cuenta el formato, es preferible el horizontal, respetar una estética. Que sean potentes visualmente y eso es lo primero segundo que sean proyectos bien desarrollados, no es solo tener fotos bonitas, sino que se debe respetar unas características, o sea hay que comprender la diferencia entre una foto mal tomada y una foto que no comunica versus una foto que tiene una estética propia o una estética exploratoria del estudiante. Y además que sean procesos académicos, la revista es académica en donde se puede aprender.</p>	<p>El docente deja en claro especificaciones técnicas que se consagran en lineamientos ya estipulados, como las medidas adecuadas.</p> <p>En este sentido el prefiere destacar aspectos muy claros en cuanto a el formato horizontal, el Vertical no es adecuado para la composición ni para los medios de difusión, así mismo contempla como lineamiento el que sean proyectos potentes en su composición visual y en su narrativa. Del mismo modo en que la revista es un espacio académico, en donde se permite explorar y ser creativos.</p>
---	--	--

<p>4. ¿El resto del equipo conoce los criterios de selección que se tiene en el formato que usted revisa?</p>	<p>No, un consejo, o sea, si vos te das cuenta que has estado presente los consejos son. un monólogo de Natalia diciendo cosas.</p> <p>y nunca se ha cumplido, o sea, es Natalia poniéndonos a todos a hacer cosas, pero nunca un consejo de redacción ha sido un consejo de redacción, jamás, porque nunca ha estado en un consejo de redacción y no sabe que es un consejo de redacción.</p> <p>Ella cree que un conservador de acción es un lugar para asignar actividades correcto pronto usted hace usted espérate por ese texto si tiene que ver con nosotros y lo decide ella.</p>	<p>En detalle, el equipo no conoce los criterios de selección y a pesar de que el entrevistado no menciona enfáticamente los criterios por los que se le preguntó, él hace referencia a que nadie conoce estos lineamientos de manera concisa, pues él manifiesta que no es un equipo de trabajo claro y la manera de liderazgo no es la adecuada, ya que solo se reparte funciones.</p>
---	---	--

<p>5. Teniendo en cuenta los elementos del lenguaje en los contenidos que se publican dentro de la revista, ¿cómo se comprenden los géneros y formatos?</p>	<p>Forma, es la forma en que lo vas a presentar, video, foto, o audiovisual.</p> <p>Género es la lectura, el lenguaje que se utiliza, ya sea crónica, periodístico, opinión, columna</p> <p>Entonces cuando vos hablas de lo estético que hay detrás, pues es eso primero tienes que ser investigativo.</p> <p>Un buen ejercicio periodístico es cuando vos extraes información compleja y buscas una estrategia de comunicación para que el público la pueda apropiarse de manera sencilla. Ese es un buen ejercicio periodístico.</p>	<p>En esta pregunta él es incisivo al decir que, en el manual de estilo hay que definir que es un género (como se quiere narrar) y un formato (la forma a narrar, el cuerpo)</p> <p>En este sentido se enfatiza en mantener una línea investigativa, que responde al periodismo investigativo y que a partir de esto se puede discutir la estética de un producto.</p>
---	---	--

<p>6. ¿Cuáles son los formatos que se manejan dentro del género periodístico que usted revisa?</p>	<p>Forma, es la forma en que lo vas a presentar, video, foto, o audiovisual.</p>	<p>La pregunta no se responde enfáticamente, sin embargo, en esta respuesta dada con anterioridad, nos deja claro que los formatos para él serían: video, foto, o audiovisual.</p>
<p>7. ¿Cree que los criterios para la selección de contenido van en función del ser, quehacer y deber ser de la Revista? Sí o no, ¿por qué?</p>	<p>O sea, todo lo visual de la del no, porque como ya se postulan lo que Andrés diga es que lo que digo, mi lugar no está, por ejemplo, cuando se iba a postular lo del Simón Bolívar de Edison, Daniela y Marilyn yo les dije a ver, vengan revisemos lo bien.</p>	<p>No es una respuesta clara, sin embargo, se infiere que no se presencia el ser, quehacer y deber ser de la Revista.</p> <p>Pues el entrevistado manifiesta que se selecciona al querer del coordinado de la revista o de la Coordinadora Ejecutiva de la revista</p>

<p>8. Los estudiantes/docentes y egresados, quienes postulan sus trabajos a la Revista, ¿conocen los criterios de selección que se manejan al interior de la revista?</p>	<p>No, déjalos a los estudiantes investigar ser una mamá (refiere a Natali I) aprensiva que casi que le llamara los fallos para que el niño corra, eso no está bien, pero pues son posturas, o sea, yo ya no me puedo meter ahí porque para Andrés que perfectamente puede ser que realmente el camino correcto,</p>	<p>Los estudiantes/docentes y egresados no conocen los criterios de selección, pues esto se hace casi de una manera arbitraria, según el entrevistado y responde a una ruta de manejo muy interna y deja ver una ruptura de las relaciones interpersonales al interior de la Revista.</p>
---	--	---

<p>9. ¿Por qué considera importante la definición de lineamientos orientados a la selección de los contenidos en la Revista?</p>	<p>vos tienes que tener claro los esos criterios de ah, claro, es que mi foto no hizo parte, y saber él porque</p> <p>O sea, yo siento que me está hablando desde el aporte que vos puedes hacer es como una tabla. de chequeo</p> <p>Una tabla donde diga no sé nombre de evaluador maricadas de esas básicas, sí, como de referencia al documento fecha en que se mandó fecha de publicación. Bueno, ese tipo de cosas y ahí empezar el proyecto es investigativo sí o no; el proyecto tiene una visión autoral, sino el proyecto nos trascendental no sé cómo algunas cosas de ese estilo como que hablen de lo que es la revista crítica sí, una de las características de la revista crítico es que supuestamente es crítica.</p>	<p>El entrevistado considera valioso unos lineamientos establecidos e importantes para el orden que le darían a la revista; en este sentido el propone realizar una rúbrica, que sea sencilla y se diligencie adecuadamente, de tal modo dar facilidad y una pregnancia de imagen mucho más clara de la revista.</p>
--	--	--

Audiovisual		
1. ¿Qué tipos de contenido audiovisual prefieren para su plataforma (videos, podcast, documentales, etc.)?	No hay una respuesta concisa, pero...	Se infiere que más importante es el tipo de contenidos, es preferible componer elementos periodísticos que tenga un buen proceso de investigación y de acompañamiento académico por parte del programa, además que sean creativos y cumplan con las especificaciones técnicas ya estipuladas.

<p>2. ¿Cuáles son los temas que más destacan en los contenidos audiovisuales que eligen publicar?</p>	<p>Una de las cosas que tiene la revista <i>Cítrico</i> es que goza de libertad de prensa. Por eso, nosotros somos una revista adscrita al programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, pero no es una revista de la Universidad Mariana.</p> <p>Sí, porque lo primero que pedimos fue libertad de prensa. Por tanto, todo tema tiene derecho a ser publicado.</p> <p>¿Qué pasa? Que la Universidad, desde sus propias políticas, no permite ciertos temas, como el aborto, el suicidio, la muerte digna, temas de género y el matrimonio igualitario. Tampoco les gustan esos temas aquí; son poco populares.</p> <p>Se supone que nosotros deberíamos tener esa autonomía de publicación. Pero, ¿con qué nos encontramos? Con que cuando llegó un texto sobre un tema académico que se discutió aquí</p>	<p>Se infiere que se reciben una pluralidad de temas, siempre y cuando se cumpla con los criterios establecidos, porque la revista tiene libertad de prensa, sin embargo, al ser un contenido que sale desde la revista de universidad hay temas que son susceptibles, temas como: el aborto, el suicidio, la muerte digna, temas de género y el matrimonio igualitario.</p> <p>Se recomienda espacios con mayor democracia y que los contenidos respondan a los metas de la revista</p>
---	--	--

	en la universidad, donde se habló sobre el suicidio, la respuesta fue un rotundo por parte de Nataly I por él, se está violando la libertad de prensa.	
3. ¿Los videos deben tener alguna duración específica?	No.	Estos aspectos meramente técnicos a tener en cuenta.
4. ¿La narrativa o el guion es un factor a tener en cuenta para la selección del material audiovisual?	Un parámetro la revista el artículo es crítico plantea una visión crítica del mundo no solamente lo cuenta	En este espacio hay que ser incisivo al decir que la narrativa debe ser clara, crítica y fiel a los lineamientos de la revista misma.

<p>5. ¿Qué aspectos deben tener en cuenta las personas quienes deseen postular sus productos audiovisuales ante la Revista?</p>	<p>Después ya decía bueno, entonces ya si la revista tiene esta visión esta misión tal, pues esos parámetros de los que estás hablando son justamente que respondan a esa misión la revista es crítica. Entonces el texto es crítico, no, no lo es entonces no se tiene por qué publicar que no respondan las líneas narrativas de la revista.</p>	<p>Se deja en claro que los aspectos a tener en cuenta en un principio deben ser las especificaciones técnicas.</p> <p>Pero, es primordial responder a la línea narrativa de la revista, deben ser contenidos críticos, con una mirada a la sociedad, de carácter investigativo y dejar en claro que, el equipo y quienes postulen sus productos deben ser fieles a las especificaciones.</p>
<p>6. ¿Cuál es el proceso de revisión y edición de los productos audiovisuales antes de su publicación?</p>	<p>Mi labor se ha reducido a decir esta y esta foto a decir este sí y esta no.</p>	<p>Por ahora se infiere que no hay un proceso claro, de tal modo se considera importante que los docentes lean las recomendaciones de este trabajo de grado en cuanto al organigrama y gobierno organizacional, para así atenerse a tener un guía, una ruta clara de evaluación</p>

Entrevista 2: Ficha técnica		
Nombre del entrevistador	Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade Rosero	
Nombre y rol del entrevistado	John Jairo Rodríguez Docente – Coordinador de contenidos - Docente	
Fecha	20 de junio de 2024	
Lugar	Programa de Comunicación Social - Universidad	
Objetivo	Conocer los criterios de selección que posee el público interno (equipo editorial) de la Revista Cítrico, en relación con la selección de contenidos en sus diferentes formatos (texto, fotografía, audiovisual, multimedia y podcast).	
Preguntas	Respuestas	Análisis

<p>1. ¿Qué funciones cumple dentro de su rol como Coordinador de Contenidos?</p>	<p>Me encargo de la parte de corrección de estilo que tiene que ver esencialmente con revisar formalmente los textos y pues tratar de hacer las sugerencias de cambios, para que queden dentro de lo formal, bien contruidos. A veces cuando tenemos tiempo y se puede, hacemos algunas correcciones de otras características que ya son por ejemplo de estrategia narrativa sobre cómo contar esa historia cuando son textos por ejemplo una crónica.</p>	<p>El rol que desempeña dentro de la revista se relaciona directamente con la corrección de estilo y de la narrativa de cada texto.</p>
--	--	---

<p>2. Dentro de la revisión de contenido competente a su rol, ¿existen algunos criterios que determinen la calidad del contenido que se propone para la selección? ¿Cuáles son esos criterios?</p>	<p>No hay un lineamiento de la revista como tal. Sino que nosotros desde nuestra experiencia profesional lo estamos haciendo, lo ideal es que haya unos lineamientos de la revista para que bajo esa guía se puedan corregir de algunas cosas, porque, por ejemplo, hay medios que dentro de su manual de estilo tienen unos detalles que son muy importantes a la hora de en la que el lector recibe los textos</p>	<p>No se conciben unos lineamientos específicos, las revisiones que se han hecho hasta ahora son meramente desde la experticia de cada participante de la revista, sin embargo se ve una necesidad de lineamientos claros para comunicarse mejor con el público.</p>
<p>3. ¿Con base en qué aspectos, características o factores se tomó la decisión de seleccionar bajo esos criterios?</p>		<p>No se habla de una selección de criterios en esta respuesta, pero sí es importante mencionar que entre compañero son se ha llegado a unos criterios claros</p>

<p>4. ¿El resto del equipo conoce los criterios de selección que se tiene en el formato que usted revisa?</p>	<p>Por ejemplo, con María Ángela, como editora, tuvimos algunas confusiones con textos, que se pidieron referenciando otros que ya había y las hicieron de una referencia después dijeron no está muy largo. Pero si me dicen a mí que lo hago en esa referencia y la extensión.</p> <p>Y tenía razón, entonces eso fue lo que dio pie a decir, no centrémonos en unos lineamientos,</p>	<p>Es importante mencionar que entre compañeros no se ha llegado a unos criterios claros, por lo tanto, no hay un conocimiento de los mismos.</p>
---	--	---

<p>5. ¿Cuáles son los formatos que se manejan dentro del género periodístico que usted revisa?</p>	<p>Formatos y géneros. No verás eso aquí en el texto. Siempre teníamos una conversación sobre eso porque esta revista, al menos como yo la entiendo, no es netamente periodística. No es, o mejor dicho, no es únicamente periodística. ¿Por qué? Porque da cabida a otras producciones que pueden no enmarcarse dentro del periodismo y que forman parte de la comunicación.</p> <p>En ese sentido, por ejemplo, encontramos un espacio que es literatura. Entonces, tenemos crónica, que es parte de los géneros periodísticos, opinión, reportaje, entrevista también, pero hay uno de literatura. Aquí hay cosas como las cartas de amor que hicimos con los chicos de redacción.</p>	<p>Se comprende que la revista debería ser plural al recibir formatos o géneros, pero lo que se solicita explícitamente es periodismo de investigación, sin embargo, se puede manejar una variabilidad dependiendo del objetivo de la misma revista, pues hasta la actualidad no se ha recibido productos meramente periodísticos.</p>
--	---	--

6. Los estudiantes/docentes y egresados, quienes postulan sus trabajos a la Revista, ¿conocen los criterios de selección que se manejan al interior de la revista?	No.	Si la claridad no se presenta al interior de la revista, muy difícilmente el público externo sí la va a tener.
7. ¿Por qué considera importante la definición de lineamientos orientados a la selección de los contenidos en la Revista?	Entonces eso ayuda a una unidad dentro de la propuesta informativa, digamos del medio y eso es lo que, pues uno. Espera que se pueda hacer pronto en Cítrico	Los lineamientos jugarían un papel fundamental al unir las propuestas que se publican, además permitirán maximizar los procesos de comunicación con su público interno.
Texto		

<p>1. ¿Qué temáticas prefieren para los textos que publican?</p>	<p>Lo que más ha llegado son las crónicas, que para mí parecer es encantador que se piense en la crónica como un género.</p> <p>Que te permite por la amplitud por la cantidad de miradas que pueden involucrarse para tratar fenómenos no es cierto, pero nos estamos quedando cortos porque mandan textos que son muy interesantes como temática.</p>	<p>Se postulan productos pensado en crónica, pues es un género que permite investigar con diversas fuentes.</p>
<p>2. ¿Qué extensión mínima o máxima prefieren para los textos que consideran?</p>	<p>Podemos decirle, no, no importa pasa como lo que les pasa a ustedes con el texto que el parámetro es largo o corto, pero qué es eso si es entre 5000 y 20.000 caracteres dependiendo de ilustraciones fotos.</p>	<p>Es necesario resaltar que la extensión en textos se mide por caracteres, ejemplo: extensión máxima 1.000 caracteres.</p> <p>Sí habría que limitar el formato texto sería de esta forma, sin embargo, al momento no se ha registrado un límite que haya estipulado la revista.</p>

<p>3. ¿Qué estilo de escritura se maneja en los textos que seleccionan (por ejemplo, académico, científico, literario, periodístico)?</p>	<p>No se encontró una respuesta concisa</p>	<p>Se puede inferir que solo escoger el estilo periodístico es cerrarse a otros contenidos</p>
<p>4. ¿Cuáles son los aspectos clave que consideran para determinar la calidad de la escritura?</p>	<p>Yo reviso los textos y con que el texto sea entendible ya le pongamos es lo ideal, no lo ideal sería que sea entendible porque además sea este contado de manera interesante, fíjate que ahí en ese caso todavía la escritura de la que yo hablo como escritura no existe aclaración de datos ordenados que se tiene.</p>	<p>Se interpreta que en el texto es un aspecto de calidad fundamental, el que sea entendible, es decir, que tenga ideas ordenadas de manera simultánea.</p>
<p>5. ¿Qué importancia tiene la claridad y la estructura en la selección de textos para publicación?</p>	<p>Con que se entienda y cumpla, lógicamente con fuentes, lo ideal es que se le incluya una estrategia.</p>	<p>Es fundamental la claridad y estructura en un texto pues se infiere que un texto que se publique en la revista debe ser entendible, así mismo ideas ordenadas lógicamente y que todo en conjunto haga parte de una misma estrategia.</p>

6. ¿Qué aspectos deben tener en cuenta los escritores quienes deseen postular sus textos ante la Revista?	Poder vincularse con el mundo y comprender fenómenos que la gente no ha comprendido aún.	La persona que desee publicar un texto debe vincularse con el mundo, con una realidad, comprendiendo así fenómenos; permitiendo que otros puedan leerlo y comprenderlo.
7. ¿Cuál es el proceso de revisión y edición de los textos antes de su publicación?	Nataly Insuasti me dice que enviaron un texto sobre este tema a tal persona, entonces me lo comparte, yo hago las correcciones en el documento online para que el autor o autora lo revise y acepte los cambios.	Es un proceso sencillo, se le comparte un texto, él lo revisa y envía las debidas correcciones.

Entrevista 3: Ficha técnica		
Nombre del entrevistador	Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade Rosero	
Nombre y rol del entrevistado	Andrés Mora Rivera Director del Programa de Comunicación Social – Director de la revista Cítrico	
Fecha	21 de junio de 2024	
Lugar	Programa de Comunicación Social – Universidad	
Objetivo	Conocer los criterios de selección que posee el público interno (equipo editorial) de la Revista Cítrico, en relación con la selección de contenidos en sus diferentes formatos (texto, fotografía, audiovisual, multimedia y podcast).	
Preguntas	Respuestas	Análisis

<p>1. ¿Qué funciones cumple dentro de su rol como Director de la revista Cítrico?</p>	<p>Como director se asumen unas responsabilidades desde la parte administrativa del programa en su conjunto y en el que por supuesto está incluida la revista. En este sentido hay una responsabilidad administrativa de dirigir, decidir y de orientar los contenidos y la política editorial de la revista.</p> <p>Dentro de la parte un poco ya más técnica o editorial, lo que se busca es que desde la dirección que no necesariamente la tengo que ir a asumir yo, sino que, desde cualquier director o directora de programa desde la parte editorial, es de alguna manera el que en consenso con todo el comité editorial de la revista se orientan los criterios tanto editoriales como filosófico si se quieren un poco entrecomillado de la revista</p>	<p>Se obtiene información sobre su desempeño laboral, esto traído a la revista nos indica que el asume su rol aportando a la revisión de contenidos, también se encarga de orientar los criterios editoriales que apuntan a un aspecto “filosófico” de la revista.</p>
---	--	--

<p>2. Dentro de la revisión de contenido competente a su rol, ¿existen algunos criterios que determinen la calidad del contenido que se propone para la selección? ¿Cuáles son esos criterios?</p>	<p>De alguna manera responde a un ensayo académico, es un ensayo, pues podría encajar en estos criterios de la revista, que no es periodístico, sin embargo, no es encajonado, encasillado, hermético y dime tú qué autor define al periodismo y por eso hay periodismo literario, por decir periodismo de investigación, el periodismo de opinión y por eso es informativo. Sí, hay una gama de posibilidades que yo siento que no nos la podemos cerrar porque finalmente esto es de los y de las estudiantes y bajo esos criterios es que tiene que funcionar la revista, si empiezan a llegar varios ensayos y son buenos, por qué vamos a decir que no.</p>	<p>Se infiere que un criterio principal es que los trabajos se respaldan de procesos académicos y a una investigación previa, sin embargo, se resalta que no se puede decir solo periodismo, pues esto sería encasillarse a un solo género, de tal modo se enfatiza en empatizar con otros géneros que se pueden publicar en la revista.</p>

<p>3. ¿Con base en qué aspectos, características o factores se tomó la decisión de seleccionar bajo esos criterios?</p>	<p>El aspecto primordial y para nosotros siempre va a prevalecer es la calidad, ¿qué es calidad? Si llega un texto con errores de ortografía no se publica, pero sí se acompaña.</p> <p>En cuanto criterios específicos que le hagan tomar las decisiones de decir sí, si queda o no quedan es la corazonada y dos la institucionalidad.</p>	<p>Se identificaron 3 aspectos fundamentales para seleccionar los criterios: primero la calidad, haciendo referencia un proceso que responda a una buena estética, gramática, redacción e investigación.</p> <p>Así mismo, menciona su inteligencia intuitiva y la institucionalidad que claramente acompaña a la revista.</p> <p>(Temas susceptibles como: el suicidio, aborto y genero siempre serán temas delicados, por la filosofía de la universidad y por la misma índole de los temas en un entorno conservador que contiene la comunidad)</p>
---	--	--

<p>4. ¿El resto del equipo conoce los criterios de selección que se tiene en el formato que usted revisa?</p>	<p>Un amparo y un fundamento desde lo teórico, la anunciación desde esa perspectiva periodística.</p> <p>Estas dos personas nos pueden dar una guía, de qué es lo que sí podría ser o no podría ser desde ese margen, ya entonces qué dice kapuscinski qué dice Martín Caparrós hay que ser anárquico desde lo periodístico.</p>	<p>No respondió con claridad a la pregunta, sin embargo, responde una parte fundamental y es el sustentar teóricamente, con autores reconocidos, la anunciación de que es el periodismo, lo que nos da luces para formular el género y formato de la revista.</p>
<p>5. Teniendo en cuenta los elementos del lenguaje en los contenidos que se publican dentro de la revista, ¿cómo se comprenden los géneros y formatos?</p>		<p>No respondió con exactitud, sin embargo, insiste en definirlo con autores.</p>

<p>6. ¿Cuáles son los formatos que se manejan dentro del género periodístico que usted revisa?</p>	<p>Pero cuando vemos nosotros un potencial nosotros o hacemos acompañamiento o redireccionado sí, entonces si hay posibilidades, o sea y si no y lo hemos discutido y dicho, o sea que lo narre porque nos han llegado textos chéveres como fotos buenas, pero textos nada que ver.</p>	<p>No responde con exactitud, aun si se rescata el acompañamiento académico que se brinda desde el programa para definir el formato o género del producto que se quiere realizar.</p>
<p>7. ¿Cree que los criterios para la selección de contenido van en función del ser, quehacer y deber ser de la Revista? Sí o no, ¿por qué?</p>	<p>Una plataforma donde los estudiantes puedan expresarse.</p> <p>Donde los estudiantes puedan vincularse donde los estudiantes puedan hacer parte de un proceso editorial nuevo proyecto editorial un proceso editorial es lo que nosotros hemos venido haciendo desde siempre</p> <p>Pero no somos un equipo editorial.</p>	<p>No respondió concretamente, sin embargo, se destaca que el ser de la revista es una plataforma para los estudiantes y su quehacer es conllevar a procesos editoriales.</p>

<p>8. Los estudiantes/docentes y egresados, quienes postulan sus trabajos a la Revista, ¿conocen los criterios de selección que se manejan al interior de la revista?</p>	<p>No, pero se hace así: revisiones exhaustivas, siempre hay como control. Entonces lo revisa o la editora, lo revisa el editor, lo revisa el administrativo, digamos y al final lo reviso yo incluso, cuando yo lo reviso yo no creo.</p> <p>Sí, o sea, te pongo la tilde, le pongo el punto, le hago otro párrafo, digo sí, y eso va. Se va dando tiempo, hay ocasiones en las que el tiempo como que como que lo apresura, pero intentamos que siempre haya un control un control un control</p>	<p>No se refiere a que docentes y egresados conozcan los criterios de selección, sin embargo, menciona una revisión exhaustiva en cada contenido publicado.</p>
<p>9. ¿Por qué considera importante la definición de lineamientos orientados a la selección de los contenidos en la Revista?</p>	<p>O sea, nosotros tenemos que apuntarle que sea una plataforma que se sostenga sola.</p>	<p>La importancia de tener unos lineamientos definidos es la autonomía en el funcionamiento de la revista.</p>

Entrevista 4: Ficha técnica		
Nombre del entrevistador	Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade Rosero	
Nombre y rol del entrevistado	Felipe Criollo Docente – Coordinador podcast	
Fecha	24 de junio de 2024	
Lugar	Programa de Comunicación Social - Universidad	
Objetivo	Conocer los criterios de selección que posee el público interno (equipo editorial) de la Revista Cítrico, en relación con la selección de contenidos en sus diferentes formatos (texto, fotografía, audiovisual, multimedia y podcast).	
Preguntas	Respuestas	Análisis

<p>1. ¿Qué funciones cumple dentro de su rol como Coordinador podcast?</p>	<p>Me encargo de la revisión del podcast, también aparte de producción de podcast especialmente.</p> <p>Tanto descripción como contenidos que sean acordes, pues a algún manejo del lenguaje radiofónico y a la producción misma del podcast, asegurar esa calidad para la publicación eso es como el rol en este momento</p>	<p>El entrevistado menciona que su rol dentro de la Revista es velar por un lenguaje acorde y una buena calidad.</p>
--	---	--

<p>2. Dentro de la revisión de contenido competente a su rol, ¿existen algunos criterios que determinen la calidad del contenido que se propone para la selección? ¿Cuáles son esos criterios?</p>	<p>Todas las publicaciones en los diferentes géneros y formatos, pero con la línea de periodismo de investigación que le daría un peso interesante a la revista. Uno se pone a mirar, yo creo que la preocupación para la revista no debería ser la cotidianidad de la publicación, sino el peso investigativo que tienen las publicaciones y eso le daría a la universidad y a la revista. Una categoría muy significativa en la región porque si no, mira publicaciones de otros lugares donde hacen investigación, eso es lo que le da categoría y hace atractiva a una revista.</p>	<p>En este sentido el entrevistado refiere que un criterio claro es la investigación que deberían llevar todos los productos, pues esto le da categoría y seriedad a la revista.</p>
--	---	--

<p>3. ¿Con base en qué aspectos, características o factores se tomó la decisión de seleccionar bajo esos criterios?</p>	<p>Hay que mirar cada uno de los elementos, por ejemplo, si se presenta a un reportaje quien revisa, pues tiene que mirar la calidad de fuentes equilibradas información que puede ser sostenida en un momento dado no es decir que como esta es una publicación institucional, si hay una demanda por contenido es la Universidad y el programa la que debe asumir parte me imagino de sus responsabilidades con el autor</p>	<p>Una característica fundamental a tener en cuenta es la claridad sobre las fuentes de información y su trabajo de investigación, esto también asegura la responsabilidad hacia el autor</p>
<p>4. ¿El resto del equipo conoce los criterios de selección que se tiene en el formato que usted revisa?</p>	<p>A nivel general algunos aspectos, es decir, la calidad de la redacción la calidad fotográfica que tiene algunos aspectos muy interesantes para su revisión y cada profesional</p>	<p>Se infiere que se conoce entre el equipo de la revista mas no hacia el público externo, quienes también deberían conocer sobre estos temas.</p>

<p>5. ¿Cuáles son los formatos que se manejan dentro del género periodístico que usted revisa?</p>	<p>Una revista que fortalezca el periodismo investigativo, yo siempre he sido como uno de los que más ha insistido en esa parte, aunque, pues digamos que no hay eco acá en el programa con los demás compañeros, por supuesto la mayoría usualmente son los que deciden</p>	<p>Se propone al periodismo investigativo, porque así se conseguirá publicaciones de valor, es decir una revista universitaria con talento para que se haga periodismo en la región.</p>
<p>6. ¿Cree que los criterios para la selección de contenido van en función del ser, quehacer y deber ser de la Revista? Sí o no, ¿por qué?</p>	<p>Yo pienso que, expuestos claramente y definidos no, Hay un documento previo, pero que no manifiesta todos esos aspectos no, es decir, hay que dejarlos yo pienso que hay que fortalecer esos criterios a nivel interno para que naturalmente eso salga a la luz</p>	<p>Se manifiesta que estos valores están en un texto, pero se podrían reforzar al momento de crear el contenido.</p>

<p>7. ¿Por qué considera importante la definición de lineamientos orientados a la selección de los contenidos en la Revista?</p>	<p>Es fundamental, sino no hay claridad en esos lineamientos, como hasta el momento creo que no lo hay. Como dicen por ahí, todo lo que se hace y si no tiene un rumbo un norte, no se dirige a ningún lado.</p>	<p>Se consideran importantes los lineamientos pues contribuirían al orden y rumbo de la revista.</p>
<p style="text-align: center;">Podcast</p>		

<p>1. ¿Qué criterios se utilizan para evaluar la calidad del contenido de los podcasts que seleccionan?</p>	<p>Lo que nosotros escuchamos es la calidad del audio que lógicamente para podcast debe ser audible, no debe tener una calidad buena, debe ser excelente y los criterios ya de edición; porque nos han llegado podcast que solamente hablaba de ingeniería, solamente es una voz hablando allí de temáticas y ya y no tiene ningún tipo de producción, entonces lo que hacemos nosotros es mirar la calidad que se use el lenguaje radiofónico en este caso música efectos voces, que dependiendo del género que se esté trabajando, se suma al trabajo.</p>	<p>Se refiere que desde el lenguaje radiofónico se precisa en que los contenidos deben ser de una excelente calidad de audio y que este se potencie con un buen trabajo de edición.</p>
<p>2. ¿Qué criterios se tienen en cuenta a nivel técnico?</p>	<p>Buena calidad.</p>	<p>El entrevistado manifiesta que la única especificación técnica necesaria es buena calidad.</p>

<p>3. ¿Consideran la estructura narrativa o el guion como parte importante en la selección de podcasts?</p>	<p>Yo creo que la narrativa es fundamental para todo producto. Ya depende del estilo de las personas que realizamos podcast el llevarlos a cabo no es decir ya el estilo narrativo de cada persona y que deje eso una grata impresión en las personas que escuchan, sobre todo pensar en eso.</p>	<p>Es de gran importancia la estructura narrativa, pues es la percepción que tendrá el oyente.</p>
<p>4. ¿La gestión y difusión del podcast se hace únicamente a través de la Revista o manejan otras plataformas?</p>	<p>La distribución se está utilizando por otras plataformas. Tengo entendido que se está utilizando Instagram o Facebook, por el correo institucional de la Universidad se envía.</p> <p>Algunos reportes también de publicaciones, yo creo que eso también favorece la visibilidad</p> <p>Los audios sí están en Spotify Podcaster.</p>	<p>Se identifica como canales de difusión de la sección podcast de la revista Cítrico en Spotify, pues este enlace es el que se carga en la página web de la revista.</p>

<p>5. ¿Qué aspectos deben tener en cuenta las personas quienes deseen postular sus podcasts ante la Revista?</p>	<p>Como les digo, es como un magacín, es decir de todo género es bienvenido. Por ejemplo, si quieren contar un cuento en podcast bienvenidos, si quieren hacer un reportaje bienvenido y quiero hacer una crónica bienvenida, si quieren hacer su presentación de su artículo académico de una investigación en podcast también se puede, es decir está abierta la posibilidad y eso es interesante. Lo que se debe tener en cuenta es cualquiera de estos géneros se deben pensar para podcast sencillamente es; así se estructure bien un guion. Unas entradas, que esto posibilita el manejo de la musicalización del buen uso de los efectos sonoros, hay la posibilidad de crear paisajes sonoros de acuerdo a la temática, de ser así es fabuloso y que todo eso provenga de una muy buena producción en cuanto a la calidad o a la grabación de los audios</p>	<p>Enfáticamente, el entrevistado manifiesta que los aspectos que se deben tener en cuenta las personas quienes deseen postular sus podcasts ante la Revista es: una buena estructura de guion, puesta permite que haya un buen producto sonoro al precisar en detalles de la producción y la postproducción. En este orden de ideas el aspecto fundamental en el podcast es una buena pre producción, que permitirá una narrativa clara y un producto sonoro atractivo al público.</p>
--	---	---

	genial y de ahí uno puede tener diferentes alternativas.	
--	--	--

<p>6. ¿Cuál es el proceso de revisión y edición de los podcasts antes de su publicación?</p>	<p>Anteriormente teníamos un enlace donde se pasaba un formulario de Google y se iban llenando los detalles y título, descripción del podcast, género del podcast, audio, imágenes, etcétera. Entiendo en este momento no, sé creo que desde el anterior semestre solamente se dejó que quienes quieran postular envíen al correo electrónico de la revista cítrico, si no hay más y ahí, pues pienso yo que se puede mejorar ese aspecto, es decir, si es un formulario de Google o lo que sea, pero que cuando te postulé a cualquier producto de la revista cítrico, la guía de postulación a la larga ya te también unas puntadas de lo que debes estar presentando cierto en la calidad</p> <p>Presentando entonces ahí hay un primer filtro que puede servir muchísimo para la calidad de los productos</p>	<p>No se evidenció un proceso específico de selección, sin embargo, el docente manifiesta que anteriormente existía un formulario de Google, que ya hacía las funciones de filtro y posteriormente se sometía el producto a la revisión por la persona encargada de podcast, de tal modo, el entrevistado recomienda se continúe realizando de esta manera, puesto que también informa al participante sobre los detalles que necesita dentro de la postulación.</p>
--	---	--

Entrevista 5: Ficha técnica		
Nombre del entrevistador	Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade Rosero	
Nombre y rol del entrevistado	Marilyn Calvache Monitora	
Fecha	11 de julio de 2024	
Lugar	Programa de Comunicación Social - Universidad	
Objetivo	Conocer los criterios de selección que posee el público interno (equipo editorial) de la Revista Cítrico, en relación con la selección de contenidos en sus diferentes formatos (texto, fotografía, audiovisual, multimedia y podcast).	
Preguntas	Respuestas	Análisis

<p>1. Dentro de la revisión de contenido competente a su rol, ¿existen algunos criterios que considere para determinar la calidad del contenido que se propone para la selección? ¿Cuáles son esos criterios?</p>	<p>La calidad está en la escritura, la gramática y el estilo que maneje el escritor, porque para escribir literatura hay que tener muy buena calidad y el escritor tiene que saber mucho de cómo está comunicando y finalmente, pues las cartas de amor tienen un objetivo que es hablar sobre el amor como comunicadores.</p>	<p>Podemos inferir que los criterios de calidad no están definidos por completo, sin embargo, desde su perspectiva menciona que en la escritura es fundamental: la gramática y el estilo que maneje el escritor, pues estos criterios son determinantes al momento de comunicarse con el público</p>
---	--	--

<p>2. ¿Con base en qué aspectos, características o factores se tomó la decisión de seleccionar bajo esos criterios?</p>	<p>Para mí debe ser crítico una revista que difunda proyectos periodísticos. Porque, si bien se ha hablado de que se quiere publicar contenido en cuanto a literatura, que no es periodístico, que entra en ficción. Por ejemplo, en el audiovisual también esta ficción sin embargo, eso requiere una investigación finalmente, o sea, los contenidos periodísticos son los que tienen que remarcar lo que sería la revista.</p> <p>Para mí perdería el rumbo la revista, si lo que se publica no conlleva una investigación, no conlleva un objetivo, no se tiene el objetivo de narrar una historia o dar a conocer o visibilizar alguna problemática o alguna mejoría en cuanto a la región.</p>	<p>Se identifica que un factor determinante es el trabajo periodístico de investigación que debe conllevar cada producto que hace parte de la revista.</p> <p>Se puede decir que la investigación y criticidad son los pilares de la revista</p>
---	--	--

<p>3. ¿Qué opinas acerca de la definición de roles que se han definido dentro de la revista?</p>	<p>Digamos, en cuanto a la revisión antes de la publicación y todo lo que se realizan en cuanto a la corrección de estilo, si se tiene que editar en cuanto a los materiales que son audiovisuales o si es un producto radiofónico, pues se lo analizan en grupo, igualmente los contenidos, pero en cuanto a la publicación un gran problema es que nosotros tenemos un montón de contenido acumulado, así el contenido de la revista, no es noticioso, hay cosas que pierden su vigencia.</p>	<p>Se detecta que la revisión de contenidos se da por el docente encargado de cada área, esto también depende del perfil profesional, en este sentido los roles se encuentran bien asignados, sin embargo, se detecta un retraso en el proceso de publicación.</p>
--	---	--

<p>4. ¿Cree que los criterios para la selección de contenido van en función del ser, quehacer y deber ser de la Revista? Sí o no, ¿por qué?</p>	<p>Yo los había leído ya hace rato, pero no, no los tengo claros.</p> <p>Tengo entendido que se relacionaba como misión o la visión, no estoy muy segura, en cuanto a que la revista pueda posicionarse, pues a nivel obviamente regional y nacional, que o sea lo que te digo una ventana para los estudiantes que pueda brindar la oportunidad de que sea una revista de calidad que pueda participar en convocatorias concursos festivales etc.</p>	<p>Se encontró que no hay una claridad en cuanto al ser, quehacer y deber ser de la Revista. Sin embargo, la entrevistada menciona que lo que conoce sobre estos temas es que la revista busca posicionarse en el público y ser un espacio de aprendizaje para los estudiantes del programa de Comunicación.</p>
---	--	--

<p>5. ¿Por qué para usted la revista es importante?</p>	<p>Yo creía que es una plataforma muy importante para las personas que quieren construir contenidos periodísticos y que quieren publicar, es una plataforma que le permite al estudiante que no tiene experiencia y que no tendría la capacidad de llegar a algún medio de comunicación que no sea universitario la posibilidad de darse a conocer.</p>	<p>La revista es importante al servir como una plataforma para los estudiantes, pues pueden publicar en una revista que resulta ser de gran importancia en un futuro para el perfil profesional del egresado.</p>
---	---	---

Entrevista 6: Ficha técnica		
Nombre del entrevistador	Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade Rosero	
Nombre y rol del entrevistado	Yubar Portilla Docente - Diseñador UEx - Docente	
Fecha	01 de agosto de 2024	
Lugar	Programa de Comunicación Social - Universidad	
Objetivo	Conocer los criterios de selección que posee el público interno (equipo editorial) de la Revista Cítrico, en relación con la selección de contenidos en sus diferentes formatos (texto, fotografía, audiovisual, multimedia y podcast).	
Preguntas	Respuestas	Análisis

<p>1. ¿Qué funciones cumple dentro de su rol como Diseñador UEx?</p>	<p>Es el diseño que tiene o está relacionado con la experiencia de usuario, la experiencia de usuario, es satisfacción que tiene una persona cuando se enfrenta a una pantalla en el caso de cítrico en mis funciones están relacionadas con que bueno la experiencia de usuario de navegación del sitio sea óptima. Sí sea asequible, pero también me encargo de realizar la administración del sitio. Yo soy el que se encarga de subir todos los contenidos y revisar el funcionamiento, actualización y mantenimiento de la web.</p>	<p>El entrevistado manifiesta encargarse del diseño y desarrollo de la página web de Cítrico, en este sentido el verifica que la experiencia de usuario sea gratificante y de revisar el funcionamiento de la página.</p>
--	--	---

<p>2. Dentro de la revisión de contenido competente a su rol, ¿existen algunos criterios que determinen la calidad del contenido que se propone para la selección? ¿Cuáles son esos criterios?</p>	<p>Hay que tener en cuenta que si se quiere realizar postulaciones es que sea una multimedia de una producción periodística, sí ese es como uno de los primeros elementos que se tiene por lo menos para revista cívico, que la información sea clara que sea concreta y que haya unos niveles de navegabilidad coherentes, que haya la experiencia de usuario, que las personas no se pierdan que los contenidos sean relevantes, que sea precisa, con un lenguaje adecuado dependiendo de del público objetivo a quien vaya dirigido</p>	<p>Los criterios que define el entrevistado son: que sea una producción periodística, la información debe ser clara, concreta, que cuente con ciertos niveles de navegabilidad coherentes.</p>
--	--	--

<p>3. ¿Con base en qué aspectos, características o factores se tomó la decisión de seleccionar bajo esos criterios?</p>	<p>yo creo que dentro de los contenidos lo mínimamente que debe tener coherencia claridad, reacción y ya entrando en la parte periodística se supone o para mí es tiene que ver con que los contenidos que se estén generando se haya un proceso de investigación, sí, o sea ya una metodología establecida para poder desarrollar una ustedes saben más del tema una crónica. Sí que en un reportaje donde si se note digamos esa metodología en el paso a paso sí, y que haya esos criterios para que ese contenido se considere de esa manera.</p>	<p>Lo principal es una narrativa clara, coherente, bien puntuada y redactada; así mismo, un producto de índole periodístico que implique una metodología de investigación.</p>
---	---	--

<p>4. ¿El resto del equipo conoce los criterios de selección que se tiene en el formato que usted revisa?</p>	<p>Se debe realizar una serie de requisitos que debe tenerse en un multimedia eso digamos que me lo consultan a mí para poder tener esos ítems y después de eso, también en ese caso del único multimedia que esta, yo lo desarrolle, yo soy el que da el visto bueno con respecto a ese tipo de contenidos.</p>	<p>Se infiere que el equipo no conoce los lineamientos que el entrevistado ha establecido, pero si el en su rol de docente y como partícipe de la revista, asesora sobre los criterios, aportando así desde su perspectiva profesional.</p>
<p>5. ¿Cree que los criterios para la selección de contenido van en función del ser, quehacer y deber ser de la Revista? Sí o no, ¿por qué?</p>		<p>No responde específicamente, pero sí menciona que los contenidos deben responder a una filosofía y ser fidedignos a un lineamiento investigativo que permite tener claridad del mensaje que se emite al público objetivo.</p>

<p>6. Los estudiantes/docentes y egresados, quienes postulan sus trabajos a la Revista, ¿conocen los criterios de selección que se manejan al interior de la revista?</p>	<p>Lo que pasa es que cuando se hace la postulación o yo me voy a presentar a una revista, generalmente en la revista, hay unas categorías y hay unos ítems que me indican si puedo publicar. Entonces en la convocatoria o en el formulario en el que me vaya a escribir, debe tener de una manera muy clara todos estos lineamientos que se tiene para poder publicar.</p>	<p>Se infiere que hay un desconocimiento frente a los criterios por parte de estudiantes/docentes y egresados, sin embargo, él propone crear una especie de formulario de Google para que quien se postule pueda tener mayor claridad.</p>
---	--	--

<p>7. ¿Por qué considera importante la definición de lineamientos orientados a la selección de los contenidos en la Revista?</p>	<p>Definitivamente la contribución sería complementar esos contenidos y encontrar nuevas características de una marca que puedan ser una forma de “metodología”. Es decir que una publicación se haga de manera mucho más eficaz, mucho más precisa, más rápida, esto en el sentido de si yo me postulo de pronto con un artículo hay una “metodología” mucho más fácil de para que me lo publiquen de una manera mucho más rápida.</p>	<p>El entrevistado destaca de gran importancia el tener unos lineamientos claros, pues estos contribuirían a dar orden a las solicitudes de publicación, además los productos propuestos tendrían una mirada mucho más diáfana frente a los contenidos que quiere postular.</p>
--	---	---

Entrevista 7: Ficha técnica		
Nombre del entrevistador	Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade Rosero	
Nombre y rol del entrevistado	Nataly Insuasti Docente - Coordinadora ejecutiva de la revista Cítrico	
Fecha	02 de agosto del 2024	
Lugar	Programa de Comunicación Social - Universidad	
Objetivo	Conocer los criterios de selección que posee el público interno (equipo editorial) de la Revista Cítrico, en relación con la selección de contenidos en sus diferentes formatos (texto, fotografía, audiovisual, multimedia y podcast).	
Preguntas	Respuestas	Análisis

<p>1. ¿Qué funciones cumple dentro de su rol como Coordinadora ejecutiva de la revista <i>Cítrico</i>?</p>	<p>Se tenía planeado desde un inicio en la revista para su aprobación el objetivo es que se pueda tener desde estar todo organizado, desde la reunión en los consejos editoriales, el material que llega, cómo se organiza el material y darle trámite, digamos a todos los procesos y cimientos internos que tenemos dentro de la revista y estar verificando su cumplimiento.</p> <p>De repente antes cada uno tenía su rol, pero nadie estaba pendiente de todo esto, entonces digamos si bien desde la dirección se dan los lineamientos pues, justo el director del programa es el director de la revista. Entonces Andrés no le daba el tiempo de estar haciendo como esta verificación entonces yo entro como de alguna manera apoyarlo a él desde ese rol para verificar que todos los compromisos y</p>	<p>Se evidencia un cumplimiento en su rol como coordinadora ejecutiva, en cual se encarga de verificar y dar cumplimiento a los lineamientos que se han definido como consejos editoriales, sin embargo, desde el ápice estratégico, habría que revisar las funciones de cada integrante.</p>
--	--	---

	los acuerdos a los que se llega en el Consejo Editorial.	
2. Dentro de la revisión de contenido competente a su rol, ¿existen algunos criterios que determinen la calidad del contenido que se propone para la selección? ¿Cuáles son esos criterios?	Se le pidió a todos los profes que retroalimentan el que le corresponde, entonces a Felipe podcast, al profe Juan fotografía y audiovisual, el profe John texto. Bueno, a todos y ellos pues hicieron una revisión para ajustar y ahí ya hay unos criterios que es con los que hemos trabajado recientemente.	La entrevistada manifiesta que ya hay unos criterios establecidos por cada docente, estos definidos desde la experticia y rol del docente que le corresponda.

<p>3. ¿Con base en qué aspectos, características o factores se tomó la decisión de seleccionar bajo esos criterios?</p>	<p>Teniendo en cuenta que el primer criterio es que te esté dentro de las categorías determinadas y el segundo criterio son como esos pequeños criterios que se han definido por cada categoría, entonces la extensión de los textos sí que cumplan con ese apoyo gráfico, sí o sí es un audiovisual que tenga su tráiler que tenga un proceso también, que ojalá tenga un acompañamiento de los docentes y cuando no lo que se hace es venga, lo acompañó, ajustemos y ahí sí, ya publiquemos. Generalmente no se dice, no se publica, si no venga, trabajemos juntos, ajustemos lo porque es un proceso de formación. Eso es importantísimo en la revista, más allá de querer publicar.</p>	<p>Los aspectos, características o factores primordiales son: que el producto pertenezca a una de las categorías que contiene la revista, que haya un apoyo gráfico en los textos. En el audiovisual se requiere un tráiler y que haya soportes de realización de la producción.</p> <p>Además, se destaca como principal fundamento para publicación, el acompañamiento académico por parte de los docentes del programa, independientemente si pertenecen o no al programa mismo.</p>
---	---	---

<p>4. ¿El resto del equipo conoce los criterios de selección que se tiene en el formato que usted revisa?</p>		<p>Respuesta con similitud a la 8va pregunta, el público no conoce, solo conocen los docentes participantes de la revista.</p>
<p>5. ¿Cree que los criterios para la selección de contenido van en función del ser, quehacer y deber ser de la Revista? Sí o no, ¿por qué?</p>	<p>Sí, claro, en definitiva, los criterios y las categorías y lo que se publica va acorde lo que es la revista y a cómo se ha planteado a cómo se ha ido reformulando y a lo que se quiere también, los tenemos pues en una carpeta en el Drive</p>	<p>Se infiere que los criterios son claros e idóneos con el ser, quehacer y deber ser de la Revista, siempre responde a estas características mencionadas</p>
<p>6. Los estudiantes/docentes y egresados, quienes postulan sus trabajos a la Revista, ¿conocen los criterios de selección que se manejan al interior de la revista?</p>	<p>No son criterios que estén publicados, qué es lo que faltaría, pienso yo, me parece importante, o sea que los mismos autores lo conozcan, entonces frente a sus criterios que manejamos internamente lo que se hace es dar respuesta.</p>	<p>Los criterios no son públicos y ella lo ve como una necesidad principal, pues al momento de publicar o no, emiten una respuesta en donde se consigna los criterios que se tomaron en cuenta dentro del producto propuesto.</p>

Entrevista 8: Ficha técnica		
Nombre del entrevistador	Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade Rosero	
Nombre y rol del entrevistado	María Ángela Montenegro Editora de la revista Cítrico - Docente	
Fecha	02 de agosto de 2024	
Lugar	Programa de Comunicación Social - Universidad	
Objetivo	Conocer los criterios de selección que posee el público interno (equipo editorial) de la Revista Cítrico, en relación con la selección de contenidos en sus diferentes formatos (texto, fotografía, audiovisual, multimedia y podcast).	
Preguntas	Respuestas	Análisis

<p>1. ¿Qué funciones cumple dentro de su rol como Editora de la revista <i>Cítrico</i>?</p>	<p>Yo soy precisamente la editora de la revista, es decir, hago finalmente como el último filtro. Bueno, casi el último filtro en la revisión de los textos y digamos que primero pasamos por la recepción. Luego pasa por la corrección de estilo y finalmente pasamos por la edición de la corrección de estilo.</p>	<p>La entrevistada refiere realizar la corrección de los textos, en cuanto a su composición gramatical y la corrección de estilo.</p>
<p>2. Dentro de la revisión de contenido competente a su rol, ¿existen algunos criterios que determinen la calidad del contenido que se propone para la selección? ¿Cuáles son esos criterios?</p>	<p>Que cumpla con unos mínimos éticos, es decir que no vaya en contra del propósito de la revista, pero también que sea como se espera listo para dar cumplimiento.</p>	<p>Es enfática en dar dos criterios claros: la intención del mensaje y la responsabilidad ética del texto, es decir velar por un buen tratamiento de la imagen.</p>

<p>3. ¿Con base en qué aspectos, características o factores se tomó la decisión de seleccionar bajo esos criterios?</p>	<p>Se ha tomado la decisión de ir construyendo estos lineamientos. Yo creo que una de las cosas más importantes es que la revista tenga la calidad que se desea en términos de que es si bien es una propuesta universitaria, sí.</p> <p>Debemos cumplir con un estándar harto de alto de calidad, entonces yo creo que siempre los criterios van a estar apuntados a que cumpla con la calidad deseada. Si alguien desea postularse y que la idea sea buena, pero no cumpla con la calidad, se le hace un acompañamiento desde la revista.</p>	<p>En este punto se menciona como característica primordial, la calidad y si el proyecto postulado no cumple con un estándar de calidad desde la Revista se puede acompañar.</p>
---	---	--

<p>4. ¿El resto del equipo conoce los criterios de selección que se tiene en el formato que usted revisa?</p>	<p>Sí, como dar la claridad de qué rol tiene cada uno, acá también es importante aclarar, que, si bien digamos en los medios tradicionales la editorial la editora, el editor tiene autonomía completa, acá, nosotros también tenemos un filtro adicional, que es la dirección del programa también, porque pues siempre hay a veces muchas cosas que valoren relación como a la pertinencia.</p>	<p>Manifiesta que el equipo conoce los criterios de selección, sin embargo, hay claridades en cuanto que la autonomía de publicación resulta finalmente en manos de la dirección del programa. Lo que nos detalla que los contenidos se van filtrando y enriqueciendo mediante los roles dentro de la revista de cada docente.</p>
<p>5. ¿Cree que los criterios para la selección de contenido van en función del ser, quehacer y deber ser de la Revista? Sí o no, ¿por qué?</p>	<p>Yo creo que es importante porque una revista que aspira a hacer lo que aspira hacer como esta pues requiere los mínimos de formalidad. No, y de organización necesarios</p>	<p>No se encontró una respuesta en específico, sin embargo, se atribuye que el deber ser de la revista se aproxima a ser una revista con mayor difusión y formal.</p>

<p>6. Los estudiantes/docentes y egresados, quienes postulan sus trabajos a la Revista, ¿conocen los criterios de selección que se manejan al interior de la revista?</p>	<p>Yo creo que no todo el mundo lo conoce, sino hasta que se acerca a hacerlo sí y aun así pensaría que no es muy claro que tiene. El pasar por unos filtros, o sea, pienso yo que hay más como la intención de aportar por un lado y la de nosotros recibir y eso tal vez como en el quehacer diario.</p>	<p>Se infiere que no hay conocimiento de los criterios por parte de los estudiantes/docentes y egresados, quienes postulan sus trabajos, sin mencionar que se van nutriendo cuando ya se presenta la propuesta y se puede ver como una acción inadecuada</p>
---	--	--

<p>7. ¿Por qué considera importante la definición de lineamientos orientados a la selección de los contenidos en la Revista?</p>	<p>Lo considero importante porque digamos que es una forma de organizar, para empezar, como que a veces se entusiasma un montón con tener algo, pero lo va teniendo como sobre la marcha, no. Y eso a veces genera inconvenientes dificultades también a veces como problemas internos y porque al no tener organizado y al no tener claridad es al no, al no establecer como estas líneas claras, lo que puede generar también es como muchas interpretaciones muchas formas de dar como orientación y al final necesitamos una sola</p>	<p>Se evidencia una gran importancia que traen consigo unos lineamientos claros, así mismo, la entrevistada clarifica que mejora la experiencia de los participantes y de la comunicación interna de la Revista.</p>
--	---	--

Entrevista 9: Ficha técnica		
Nombre del entrevistador	Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade Rosero	
Nombre y rol del entrevistado	Daniela Practicante de la revista	Meza
Fecha	02 de agosto de 2024	
Lugar	Programa de Comunicación Social - Universidad	
Objetivo	Conocer los criterios de selección que posee el público interno (equipo editorial) de la Revista Cítrico, en relación con la selección de contenidos en sus diferentes formatos (texto, fotografía, audiovisual, multimedia y podcast).	
Preguntas	Respuestas	Análisis

<p>1. ¿Qué funciones cumple dentro de su rol como practicante?</p>	<p>Hacer como un pequeño diagnóstico para mirar que norte, también qué estrategias podríamos implementar como para promocionar un poquito más las cosas.</p>	<p>Refiere haber hecho un diagnóstico en pro de generar estrategias que contribuyan en la difusión de la revista.</p>
<p>2. Dentro de la revisión de contenido competente a su rol, ¿existen algunos criterios que considere para determinar la calidad del contenido que se propone para la selección? ¿Cuáles son esos criterios?</p>	<p>El contenido que sirva como promocionar el contenido y una clave que de hecho nosotros lo estudiamos, creo que en toda la carrera que es precisamente educar, entretener, informar y calidad.</p>	<p>La entrevistada refiere que los criterios clave en el contenido es que cumplan con los objetivos de la comunicación: educar, entretener, informar y que además estos sean de calidad.</p>

<p>3. ¿Con base en qué aspectos, características o factores se tomó la decisión de seleccionar bajo esos criterios?</p>	<p>La calidad, todo converge en cómo es la calidad frente a lo que vamos a mostrar y el contenido, claramente porque somos una revista de comunicación.</p> <p>Lo explicaba mucho el profe Pinzón y también el propio amor, no lo tenían muy en cuenta, como ahí somos una revista de comunicación, debemos mostrar cómo comunicar precisamente.</p>	<p>Se evidencia que las características clave son la calidad y la pasión por hacer estos mismos contenidos, pues esto se relaciona al lenguaje con el que se comunica al público.</p>
<p>4. ¿Qué opinas acerca de la definición de roles que se han definido dentro de la revista?</p>	<p>Una categoría por así decirlo porque la revista se divide como en los contenidos.</p> <p>Entonces si era un contenido de fotografía por así decirlo, pasaba primero por el profe Pinzón, obviamente por la profesora Nataly y finalmente también la aprobación del profe Mora.</p>	<p>Se puede inferir que no hay una ruta clara, sin embargo, los contenidos se enviaban dependiendo del perfil profesional de cada docente, posterior a esta revisión los evaluaba la docente Nataly Insuasti y el profe Andrés Mora previo a la publicación.</p>

<p>5. ¿Cree que los criterios para la selección de contenido van en función del ser, quehacer y deber ser de la Revista? Sí o no, ¿por qué?</p>	<p>Realmente es mucho más que una revista, es mucho más allá de una página web.</p> <p>Se muestra precisamente los esfuerzos de los estudiantes y siento que es más que todo un estímulo, también es una ventana de promoción, precisamente a todos los trabajos que nos han representado como comunicación social y de hecho yo también le decía hasta la profe como a mí me hubiera encantado como como participar cuando yo pues estaba estudiando</p>	<p>La entrevistada demuestra no conocer sobre el ser, quehacer y deber ser de la Revista, pero si es enfática al manifestar que la revista es una plataforma para dar a conocer los productos de calidad generados dentro del programa, pues la revista es un espacio académico y que ella percibe que está es la misionalidad de la revista.</p>
---	---	---

<p>6. ¿Por qué considera importante la definición de lineamientos orientados a la selección de los contenidos en la Revista?</p>	<p>Siento que más allá de los lineamientos, estos contribuirán a ser organizados, podemos generar también esos lineamientos un poquito más claros y específicos, porque de hecho surgían varios debates que atrasan exactamente los avances de la revista, precisamente por eso porque no estaban como muy bien organizados por ciertos aspectos.</p>	<p>Estos lineamientos contribuirán a ordenar la revista, así mismo, la gestión al momento de publicar de los mismos contenidos.</p>
--	---	---

Entrevista 10: Ficha técnica		
Nombre del entrevistador	Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade Rosero	
Nombre y rol del entrevistado	Edison Benavides Monitor de la Revista Cítrico	
Fecha	05 de agosto de 2024	
Lugar	Programa de Comunicación Social - Universidad	
Objetivo	Conocer los criterios de selección que posee el público interno (equipo editorial) de la Revista Cítrico, en relación con la selección de contenidos en sus diferentes formatos (texto, fotografía, audiovisual, multimedia y podcast).	
Preguntas	Respuestas	Análisis

<p>1. ¿Qué funciones cumple dentro de su rol como monitor de la revista <i>Cítrico</i>?</p>	<p>La mayor parte del tiempo fui monitor y en el último semestre, fui gestor de la revista y pues en ciencia el trabajo que se desempeñó una mira de qué carece la revista, en este caso si va a faltar redes sociales y como estaba asociado también a <i>Conversa</i>, el programa de entrevistas, e íbamos adelantando lo que le hacía falta.</p>	<p>El entrevistado menciona haber participado de la revista de manera proactiva, pues proponía ideas que contribuyen en aspectos que él miraba necesario, de tal modo se identifica que no eran claras sus funciones.</p>
---	--	---

<p>2. Dentro de la revisión de contenido competente a su rol, ¿existen algunos criterios que determinen la calidad del contenido que se propone para la selección? ¿Cuáles son esos criterios?</p>	<p>Se llegó a esa conclusión de que uno podía publicar el texto completo sin fotografías o la otra era apoyarme de fotografías, pero también reducir un poco su tamaño no su extensión</p> <p>Siempre enviaba el profe Felipe Criollo en temas de podcast, y dependiendo, si era una serie o solamente era un capítulo.</p> <p>Para vídeo sí debían tener como un detrás de cámaras o por lo menos fotografías, si tenían storyboard presentar storyboard o el guion técnico.</p>	<p>Se identifica ausencia de criterios claros que determinen la calidad de los productos postulados en la revista. Del mismo modo, se identifica que los productos a evaluar como podcast o producción audiovisual los revisa el docente del programa que cuente con experticia en la materia referida, esto sin tener lineamientos claros.</p>
<p>3. ¿Con base en qué aspectos, características o factores se tomó la decisión de seleccionar bajo esos criterios?</p>		<p>No se evidenció una respuesta concisa en la entrevista, sin embargo, se infiere que las características para decidir los criterios, los concibe el docente experto en la materia que le compete el producto propuesto a evaluar.</p>

<p>4. ¿El resto del equipo conoce los criterios de selección que se tiene en el formato que usted revisa?</p>	<p>Todos tenían que ver, no solo era que la profe Nata se iba a encargar de eso y ya, no, todo era premeditado, todo se iba informando.</p>	<p>Se vislumbra una comunicación adecuada entre la docente Nataly Insuasti, como Coordinadora Ejecutiva y los participantes de la revista, sin embargo, no se evidencian documentos que profundicen en los lineamientos.</p>
<p>5. ¿Cree que los criterios para la selección de contenido van en función del ser, quehacer y deber ser de la Revista? Sí o no, ¿por qué?</p>	<p>Esto es basado en su nombre y también iba un poco hacia la criticidad, el ser críticos y pues a la vez la simpleza también de sus colores, eran unos tonos más guiados hacia los naranjas, pero también hacia los colores tierra, porque también iba enlazado con conversa.</p>	<p>No se detalla su ser, quehacer y deber ser de la Revista, sin embargo, se manifiesta que la revista evoca criticidad y un posicionamiento de la revista por su color</p>

<p>6. ¿Por qué considera importante la definición de lineamientos orientados a la selección de los contenidos en la Revista?</p>	<p>Considero importante los lineamientos porque en sí debes saber a qué tipo de público te vas a dirigir, también, de saber en qué sección va a estar el contenido publicado, sino se vería todo mezclado, en eso ayudarían los lineamientos, en esa parte como para que no se vea desorganizado.</p>	<p>Se expresa acuerdo con proponer lineamientos claros, pues estos permitirán el orden de la imagen y de la comunicación interna de la revista.</p>
--	---	---

Anexo J. Sistematización de Matriz PCI

Instrumento de diagnóstico:				MATRIZ PCI					
Título de la investigación:				Fortalecimiento de los procesos de comunicación interna y externa de la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social - Universidad Mariana.					
Investigador:				Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade Rosero					
Objetivo específico:				Diagnosticar los procesos de comunicación existentes, en relación con la selección y publicación de contenidos en la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana - Pasto.					
Factores/ Capacidades	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Estructura organizacional		X			X			X	
Toma de decisiones			X					X	

Instrumento de diagnóstico:				MATRIZ PCI					
Motivación del personal	X						X		
Misión				X			X		
Visión				X			X		
Valores				X			X		
Objetivos					X		X		
Procesos de comunicación internos para la selección de contenidos				X			X		
Planeación estratégica			X					X	

Anexo K. Sistematización de Grupo Focal

Instrumento de diagnóstico:	GRUPO FOCAL
Título de la investigación:	Fortalecimiento de los procesos de comunicación interna y externa de la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social - Universidad Mariana.
Investigadores:	Juliana Vanessa Burbano Arciniegas Yesid Alejandro Andrade Rosero
Objetivo específico:	Establecer la Identidad Conceptual de la Revista Cítrico del programa de Comunicación Social, de la Universidad Mariana - Pasto.
Muestra:	Comité editorial de la Revista Cítrico (7 personas): Director (AM), Coordinadora Ejecutiva (NI), Coordinador Creativo (JP), Coordinador de Contenidos (JR), Coordinador Podcast (FC), Editora (MM) y Gestora 2024 - 1 (MC).
Metodología:	El investigador cumplirá el rol de moderador para la aplicación de este instrumento. En esta medida, durante el encuentro, el investigador irá emitiendo cada una de las preguntas orientadoras y los participantes interesados en dar respuesta deberán levantar la mano para poder intervenir. Cada intervención tendrá una duración máxima de 3 minutos.

Eje temático:	Identidad conceptual en revistas digitales
Preguntas: <ol style="list-style-type: none">1. ¿Qué es la Revista cítrico?2. ¿Cuál es su objetivo actualmente?3. ¿Hacia dónde se proyecta?4. ¿Qué actividades se desarrollan en el presente y qué actividades se espera desarrollar en el futuro?5. ¿En qué consiste la línea editorial de la Revista?6. ¿Qué hace diferente a la Revista Cítrico de sus competidores?7. ¿Cuál es la esencia de la Revista?8. ¿Qué valores representan a la Revista y por qué?9. ¿Qué personalidad creen que tiene la Revista?10. ¿Cuál es el público objetivo de la Revista?11. ¿Cuál es la imagen deseada ante ese público objetivo?12. ¿Cuál o cuáles son los lineamientos que usted considera que deberían ir en la Revista?	

Posiciones o puntos de vista:

1. AM: Es una plataforma digital, destinada a la producción, circulación y divulgación del conocimiento desde el enfoque, preferiblemente periodístico, sin que este aspecto se convierta en un limitante.

NI: Es una plataforma digital en donde se circulan los contenidos periodísticos de estudiantes, egresados y docentes frente a diferentes temáticas y contextos sociales y culturales de la región.

FC: Es un medio digital universitario que promueve la producción de contenidos por parte de los estudiantes de Comunicación Social, en los diferentes medios y formatos. Por otra parte, es importante señalar que, es una revista Punto reconocida por la Biblioteca Nacional de Colombia, por eso tenemos ISSN, lo cual es algo que no todo el mundo lo tiene.

MC: Es una plataforma que nos permite, como estudiantes, evidenciar todos nuestros procesos pedagógicos generados dentro de la universidad. Entonces, desde mi punto de vista, es una gran oportunidad para difundir eso que quizás quiero mostrar, pero que todavía no tengo la capacidad de mostrarlo en un medio tradicional o con mayor reconocimiento.

2. AM: El objetivo de la Revista Cítrico es servir como un medio de divulgación, de producción y de circulación del conocimiento en temas preferiblemente periodísticos.

Además, brindarle la oportunidad a los estudiantes, para que se conviertan en profesionales competitivos, al tener publicaciones en un medio digital sólido.

NI: Fortalecer los procesos pedagógicos de los estudiantes, a través del acompañamiento que se les brinda en la producción. La idea es potencializar el talento que existe dentro del Programa.

JP: El objetivo es que la Revista Cítrico se fortalezca como la plataforma que respalda el

proceso de investigación periodística de los estudiantes; que crítico se convierta en una gran oportunidad para que ellos inicien con su carrera periodística.

3. **AM:** Yo digo que se proyecta ser un medio de comunicación periodística, pero de periodismo de investigación, no de comunicación tradicional con noticias diarias y reporte de datos.

JP: La Revista se proyecta a comprender temas importantes que se deban investigar y a generar contenido propio frente a esas temáticas.

JR: Tener un criterio pero más allá de la masificación. Identificar las temáticas que, desde el criterio editorial se deben tener en cuenta. Hacer periodismo contra el público. La idea es proyectarla hacia eso.

4. **AM:** El siempre buscar cualificar el contenido desde una postura editorial. La selección de las publicaciones permite que se resguarde la calidad. Además, vincularse a estrategias, como por ejemplo, la que está ofreciendo el JTI (Journalism Trust Initiative) para asegurarnos que lo estamos haciendo bien y que lo seguiremos haciendo bien.

Por otra parte, nunca perder el sentido como Revista Formativa y seguir brindándole el acompañamiento a los jóvenes, pero siempre asegurando la calidad mediante la aplicación de esa línea editorial.

NI: Ahorita hay un ejercicio de buscar la certificación de JTI. Tuvimos una capacitación, donde logramos entender que sí podemos acceder a ella, entonces estamos en ese proceso. Además, lo que hicimos fue conocer referentes que ya cuentan con esta certificación, por ejemplo, uno de ellos es El Cronista y el otro es Casa Macondo.

Después de esto, el paso a seguir una vez definidos los lineamientos, debería ser el ponerlos en la página de manera pública, para que todos puedan acceder esa información y ahí sí, poder ingresar a esos procesos de certificación, además de empezar a cumplir y aplicar esa línea editorial.

JP: Pienso que, a futuro, debería implementarse la verificación de las fuentes, por ejemplo, a través de llamadas.

JR: Pienso que, se debería empezar a desarrollar un análisis sobre cómo los autores hacen toda la vinculación de las fuentes y la triangulación de la información, porque esa también es una forma de proteger al medio.

5. **AM:** No registro, periodismo, calidad. También el acompañamiento a la generación y creación de contenido.

JP: La libertad de prensa. Nosotros, a pesar de pertenecer a una Universidad, no nos regimos por sus líneas editoriales, sino que tenemos libertad, autonomía.

Ahora bien, unas líneas específicas aún no tenemos, porque la Revista aún se encuentra en una etapa de formación.

FC: Pienso que hay que hacer una claridad. Una cosa son los criterios editoriales y otra es el fundamento editorial, que creo yo está ausente. Por ejemplo, si ustedes analizan el fundamento editorial del tiempo del espectador o de cualquier otro tipo de medios debe tener el fundamento editorial, el pensamiento editorial; entonces, el tipo de fundamento editorial que tiene la Revista, habría que definirlo desde los criterios, desde la institución.

Un fundamento editorial que yo considero debería incluirse es la pluralidad.

MM: Que no queremos ser un medio de masas, un medio tradicional.

6. **AM:** Que somos un equipo cohesionado y, por tanto, no existe una competencia entre nosotros. Además, el hecho de que asesoramos a nuestros estudiantes y siempre tenemos la disponibilidad para brindarles ese acompañamiento. En nuestra Revista también existe el diálogo y la escucha activa para llegar a la concertación de cosas. Por otra parte, también está la interdependencia y el respeto por los saberes del otro.

NI: Que contamos con producciones periodísticas que han sido merecedoras de premios,

a diferencia de otras revistas que, quizá no los tienen.

JP: La realidad es que no hay un benchmarking claro; no tenemos una precisión de cuál es la relación con la competencia. No hemos analizado la competencia, únicamente hemos visto revistas como referentes.

MM: La confianza tanto en el equipo como en los estudiantes, en su capacidad de hacer, de su potencial.

MC: La diferencia radica en que nosotros tenemos una formación académica, somos Comunicadores Sociales.

7. **JP:** La pasión, sin duda todo lo que se ha logrado es porque el trabajo se hace con mucha pasión. También la sensibilidad que sentimos por el contexto.

FC: Yo creo que hace falta precisarlo. Habría que pensar bien, cuáles son los enfoques que tiene la revista desde el fundamento y desde los criterios. Por ejemplo, la diversidad debe ser una de ellas, además de la sensibilidad de las situaciones que desde la misma institución se refleja; es decir, no se puede trabajar indiferente a donde estamos.

8. **JP:** Independencia y pluralidad.

JR: Yo creo que uno de los más importantes es la independencia.

9. **JP:** No lo hay, no lo tenemos.

JR: Locura.

FC: Que es divergente y convergente a la vez, desde su personalidad. Convergente porque está integrando todos los elementos, todos los estilos, todos los formatos; es decir, promueve la participación desde las diferentes áreas de la Universidad. Y divergente, porque hay situaciones que no necesariamente van de unos pensamientos ortodoxos o desde una familiaridad de temáticas que puedan ser una línea única.

MM: Estamos en un momento maleable. De la mano de ustedes nos estamos formando

para consolidarnos. Estamos también en un proceso de aprendizaje.

10. JP: No está definido un público objetivo.

MM: Estudiantes universitarios, docentes. Estudiantes a partir de los 16, en su mayoría de 25 a 30 años. Profesores de 25 a 50 años.

MC: Universitarios.

11. JP: Que sea agradable la lectura.

JR: De un medio plural.

MM: Una imagen fresca, sin densidad, que genere interés. También la diversidad temática y la posibilidad de diálogo sobre la publicación.

12. NI: Exactitud y verificación, atribución a las citas, fuentes de información, apropiación de textos. Contenido que involucre a menores de edad, trato justo, uso del idioma. También el tema de duelo, manejo de fotografías. No difundir discursos de odio, conflictos de intereses.

FC: Desde el fundamento de la Revista, es decir, desde el pensamiento editorial, desde el fundamento editorial, es complicado porque no lo tenemos, no lo hemos dicho, no lo hemos pausado para para definirlo y eso nos crea grandes dificultades.

MM: El mecanismo de selección y aprobación de los contenidos con la ruta establecida, porque cumple con los perfiles adecuados para cada producto.

Análisis:

A continuación se presenta un análisis de las respuestas obtenidas a lo largo del Grupo Focal, por parte de los integrantes. Es importante señalar que, teniendo en cuenta que el objetivo de esta

técnica era definir la identidad conceptual, para el análisis se precisaron las siguientes apartados.

a. ¿Quiénes somos?

Para este apartado, se obtuvo un total de cuatro respuestas, de las cuales se puede analizar que sus colaboradores actuales definen a *Cítrico* como un medio digital universitario enfocado en la producción, circulación y divulgación del conocimiento, preferentemente desde un enfoque periodístico, aunque sin limitarse a este estilo. Con una fuerte identidad regional, aborda diversas temáticas sociales y culturales de Nariño, convirtiéndose en un reflejo de su realidad desde una perspectiva académica. Para estudiantes, egresados y docentes, representa una herramienta pedagógica y un espacio de práctica profesional, brindando una oportunidad de visibilizar a quienes aún no participan en medios de comunicación pero que buscan expresar su aprendizaje y conocimiento. La revista está reconocida por la Biblioteca Nacional de Colombia con un ISSN. La plataforma se distingue además por su legitimidad, validando así su rol como un medio oficial de circulación del conocimiento y ofreciendo un espacio accesible y plural para la expresión individual y el crecimiento académico.

b. Objetivos

En cuanto a los objetivos, se puede evidenciar un propósito centrado en la formación académica y profesional de los estudiantes, utilizando la plataforma como un medio sólido de divulgación, producción y circulación de conocimiento, especialmente periodístico.

La revista se plantea como un espacio que no solo publica contenidos, sino que también fortalece los procesos pedagógicos, brindando acompañamiento y apoyo continuo para potenciar el talento de los estudiantes en su desarrollo como futuros periodistas. Además, busca consolidarse como un respaldo en el proceso de investigación y como una oportunidad para que los estudiantes inicien y construyan sus trayectorias en el ámbito periodístico, incrementando su competitividad profesional al permitirles la experiencia de publicar en un medio digital reconocido y bien estructurado.

c. Misión

Las respuestas muestran que la Revista Cítrico se centra en brindar un espacio formativo en el que los estudiantes puedan desarrollar habilidades en el ámbito periodístico, especialmente en el periodismo de investigación, bajo un enfoque riguroso de calidad y criterio editorial.

Su misión se enfoca en servir como una plataforma de divulgación del conocimiento, ofreciendo acompañamiento a los jóvenes y asegurando la calidad de las publicaciones mediante una línea editorial bien definida.

La revista actúa no solo como un medio de comunicación, sino también como una herramienta pedagógica que fortalece el talento y el criterio profesional de los estudiantes, permitiéndoles participar en procesos de creación de contenido bajo estándares de verificación y confiabilidad. En este sentido, Cítrico se posiciona como una revista formativa que busca cualificar y profesionalizar el trabajo periodístico de sus colaboradores.

d. Visión

En cuestión de la proyección, los colaboradores apuntan hacia un futuro en donde la Revista esté constituida como un medio especializado en periodismo de investigación, que no sigue una línea de comunicación tradicional con noticias diarias, sino que profundiza en temas relevantes a través de contenidos propios y de alta calidad.

La visión de Cítrico también incluye convertirse en un referente en el ámbito universitario, manteniendo la independencia editorial y la integridad de su contenido, al mismo tiempo que aspira a obtener certificaciones de calidad, como la ofrecida por la Journalism Trust Initiative (JTI). Este proceso de certificación no solo busca afianzar la calidad del medio, sino también garantizar la transparencia y la verificación de sus contenidos, lo que proyecta a Cítrico como un medio con un estándar ético alto y profesional.

Además, en su visión, la revista se proyecta como una plataforma que difunde públicamente sus lineamientos editoriales y asegura una rigurosa validación de las fuentes, fortaleciendo así la confianza en sus audiencias.

e. Valores

Para el apartado de valores, las respuestas brindadas por los colaboradores, desata una serie de principios fundamentales que guían su funcionamiento y su relación tanto interna como externa.

En primer lugar, se destaca la cohesión y el trabajo en equipo, donde no existe competencia entre los miembros, sino una cultura de colaboración y apoyo mutuo, lo que facilita el acompañamiento a los estudiantes y fomenta un ambiente de diálogo y escucha activa. Este enfoque interdependiente promueve el respeto por los saberes individuales, creando un espacio inclusivo donde todos pueden contribuir y aprender.

Otro valor mencionado es la confianza, tanto en el equipo como en los estudiantes, lo que se traduce en un reconocimiento de su capacidad y potencial para generar contenido de calidad. Esto se complementa con una pasión evidente por el trabajo realizado, que no solo impulsa la producción de contenidos, sino que también refleja una sensibilidad hacia el contexto en el que opera la revista, lo que implica una responsabilidad social en la cobertura de temas relevantes.

La independencia y pluralidad son también valores clave, evidenciando el compromiso de la revista con la autonomía en su línea editorial y la diversidad en las temáticas que aborda. Esta pluralidad enriquece el contenido, pero también se alinea con la misión de ofrecer una perspectiva crítica y variada sobre las realidades sociales y culturales.

Además, se menciona la calidad de las producciones periodísticas, que han sido reconocidas con premios, lo que establece un estándar de excelencia en el trabajo que se realiza. Esto no solo distingue a la revista de otros medios, sino que también refuerza el compromiso de todos los colaboradores por mantener un nivel alto en sus producciones.

Por último, la sensibilidad hacia la diversidad y las situaciones del entorno se manifiesta como un valor esencial, indicando que la revista opera desde un enfoque consciente de su contexto, lo que le permite abordar los temas con responsabilidad y empatía. Estos valores conjuntos construyen una identidad sólida para la Revista Cítrico, en la que se prioriza el aprendizaje, la

ética y la excelencia periodística.

f. Personalidad

Pese a la baja participación para dar respuesta a la pregunta relacionada con la personalidad de *Cítrico*, se puede evidenciar una identidad percibida como multifacética por su capacidad de ser tanto divergente como convergente. Por un lado, se destaca su naturaleza convergente, que se manifiesta en la integración de diversos elementos, estilos y formatos. Esta inclusión promueve la participación de diferentes áreas de la Universidad, enriqueciendo el contenido y facilitando un diálogo interdisciplinario que abarca una variedad de perspectivas.

Por otro lado, la revista se define como divergente, lo que implica que no se adhiere a pensamientos ortodoxos ni a una línea única de temáticas. Esta capacidad de cuestionar y explorar enfoques no convencionales es un rasgo distintivo que le permite abordar temas desde perspectivas innovadoras y poco exploradas, lo que la posiciona como un espacio crítico dentro del ámbito de la comunicación. Esta personalidad divergente también fomenta un ambiente de apertura y creatividad, permitiendo que los colaboradores se sientan libres de experimentar y proponer ideas fuera de lo tradicional.

En este punto, los integrantes reconocen que están en una etapa de formación, lo que indica una apertura al cambio para crecer y consolidarse como un medio relevante y adaptable a las necesidades de su entorno. Esta flexibilidad no solo refleja una actitud proactiva hacia el aprendizaje, sino también un compromiso con la mejora continua y la búsqueda de la excelencia en sus producciones.

Así mismo, se señala a la esquizofrenia como una de las características de la personalidad, denotando dinamismo y versatilidad. Este término, sugiere que la revista abarca una variada gama de enfoques, estilos y perspectivas, lo que enriquece su contenido y amplía la oportunidad de participar en la misma, a través de algún contenido.

En conjunto, la personalidad de la Revista *Cítrico* se caracteriza por ser disruptiva, crítica e independiente, aspectos que la posicionan como un medio innovador y comprometido con la

diversidad de pensamiento y la calidad en la comunicación.

g. Público objetivo

Las respuestas sobre el público objetivo de la Revista Cítrico indican una identificación inicial, pero también una falta de claridad en la definición precisa de su audiencia. Por un lado, se menciona que no hay un público objetivo bien definido, lo que puede sugerir una oportunidad para desarrollar estrategias de segmentación más efectivas en el futuro. Sin embargo, hay un consenso en cuanto a que la revista se orienta principalmente hacia una comunidad universitaria.

En cuanto a los estudiantes, se debate el rango de edad que abarca, concluyendo que este podría ir desde los 16 años, pero se destaca que la mayoría tiene entre 18 y 25 años. Esto sugiere que la revista busca atraer principalmente a un público que se encuentra cursando cuarto semestre en adelante. Por otro lado, se menciona que los docentes son parte del público objetivo, con edades que oscilan entre los 25 y 50 años, lo que implica que la revista también se posiciona como un recurso valioso para aquellos que están involucrados en la educación superior y que pueden beneficiarse de los contenidos que se producen.

Ahora bien, pese a lo anterior, la falta de una definición más específica puede limitar la efectividad de sus estrategias de comunicación y marketing. Para fortalecer su conexión con la audiencia, se evidencia la pertinencia de desarrollar una comprensión más detallada de las necesidades, intereses y comportamientos de estos grupos, lo que permitiría a la revista adaptar su contenido y enfoques de manera más efectiva en todos sus canales de comunicación.

De igual manera, durante este espacio se generaron preguntas relacionadas con los **lineamientos de comunicación** que están o que deberían ser incluidos en la revista.

Inicialmente, las respuestas brindadas para este apartado evidencian una falta de claridad frente a este punto; sin embargo, tras realizar un análisis de lo mencionado durante el encuentro, se identifican una serie de consideraciones éticas y editoriales que están presentes en sus contenidos. A continuación se detallan las más concurrentes:

En primer lugar, se encuentran la exactitud y verificación como pilares fundamentales en la creación de contenido. Esto incluye la correcta atribución de citas y fuentes de información, así como la adecuada apropiación de textos, lo que sugiere un compromiso con la integridad periodística y el respeto por los derechos de autor. La atención al trato justo al involucrar a menores de edad y el manejo responsable de fotografías también subraya la sensibilidad de la revista hacia los temas que aborda y la necesidad de proteger a los grupos vulnerables.

Además, se menciona la existencia de un mecanismo de selección y aprobación de contenidos que cumple con perfiles adecuados para cada propuesta, lo que sugiere que, a pesar de la falta de un fundamento editorial formalizado, ya hay procesos en marcha que ayudan a mantener la calidad y la relevancia del contenido. Sin embargo, este proceso podría beneficiarse de una mayor claridad y documentación, lo que permitiría a los colaboradores y al equipo editorial tener una referencia más accesible y comprensible, así como tener una comunicación coherente y alineada con los valores de la revista, facilitando la producción de contenido de alta calidad y éticamente responsable.

Anexo L. Documento identidad conceptual



Identidad conceptual

¿Quiénes somos?

Somos una Revista Digital Universitaria del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, reconocida por la Biblioteca Nacional de Colombia a través del registro ISSN: 2981-3832. Desde 2018 hemos servido como una plataforma para la producción y, principalmente, circulación de contenidos académicos creados por estudiantes, egresados, docentes y externos, con diferentes temáticas y contextos socioculturales de la región.

A través del lenguaje periodístico en formatos de tipo textual, fotográfico, audiovisual, multimedial y podcast, buscamos contribuir a la construcción de saberes, mientras propiciamos un espacio idóneo para la reflexión y el intercambio de conocimiento e información.

En Cítrico nos gusta trabajar en equipo y fortalecer al máximo la creatividad de los estudiantes. En nuestra Revista existe el diálogo y la escucha activa para la toma de decisiones. Nos caracterizamos por la interdependencia, la libertad de prensa y el respeto por los saberes de los demás.

¡Cítrico es Academia convertida en Periodismo de calidad!

cítrico
Revista

La experiencia de comunicar

revistacitrico.com
revistacitrico@umariana.edu.co



Objetivos

- Servir como un medio de divulgación, producción y circulación del conocimiento periodístico de estudiantes, docentes y egresados del Programa de Comunicación Social, así como de entidades/personas externas que busquen la promoción y creación de contenido de calidad.
- Fortalecer los procesos pedagógicos de los estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, mediante el acompañamiento personalizado en la producción de contenidos.
- Consolidarse como una plataforma que respalda el proceso de investigación periodística de los estudiantes, potencializando sus habilidades y convirtiéndolos en profesionales altamente competitivos.

Misión

Nuestra misión es convertir la academia en periodismo de calidad, promoviendo el análisis crítico, la reflexión y el intercambio de conocimientos mediante la creación y difusión de contenidos académicos con gran calidad. A través de un lenguaje periodístico en diversos formatos (texto, fotografía, audiovisual, multimedia y

The logo for 'Revista cítrico' is centered on an orange background. It consists of the word 'cítrico' in a bold, white, lowercase sans-serif font. Above the 'i' in 'cítrico' is the word 'Revista' in a smaller, lighter white font. Below 'cítrico' is the tagline 'La experiencia de comunicar' in a small, dark grey font. A small orange leaf icon is positioned above the final 'o' in 'cítrico'.

revistacitrico.com
revistacitrico@umariana.edu.co



podcast), visibilizamos las realidades socioculturales en el departamento de Nariño, sirviendo como una plataforma inclusiva donde estudiantes, egresados, docentes y externos contribuyen al desarrollo y enriquecimiento del pensamiento local.

Visión

Para el 2029, Cítrico será un referente editorial en el departamento de Nariño, alejándose de la comunicación tradicional y masificada, enfocada en temáticas profundas y relevantes, generando contenido propio, que desafíe lo convencional. Con un criterio editorial firme, priorizaremos la reflexión crítica y el análisis riguroso, brindando a nuestra audiencia un contenido que trascienda la inmediatez y contribuya al entendimiento de las realidades socioculturales, a través de una periodismo de calidad y comprometido con la transformación social.

Valores

- Calidad: Nuestro contenido riguroso y bien elaborado, nos permite mantener altos estándares en la investigación y resultados de los diferentes formatos.
- Interdependencia: Fomentamos la colaboración entre estudiantes,

cítrico
Revista

La experiencia de comunicar

revistacitrico.com
revistacitrico@umariana.edu.co



docentes y nuestro equipo editorial, entendiendo que el trabajo conjunto conlleva mejores resultados. Nuestra Revista actúa como un espacio colectivo en donde todas las opiniones son importantes en el aporte al proceso.

- **Diálogo:** Buscamos que, en todo momento, se generen discusiones abiertas sobre temas relevantes relacionados con nuestra Revista, pero también con el entorno, promoviendo el intercambio de ideas desde diversas perspectivas. Es nuestro deber facilitar la conversación y la reflexión en la comunidad académica.
- **Respeto:** Garantizamos que las opiniones y expresiones emitidas por nuestro equipo y nuestros colaboradores, sean tratadas con dignidad y consideración, incluso en situaciones de desacuerdo. El respeto es esencial en la convivencia y en la construcción de contenido ético.
- **Escucha activa:** La revista debe estar atenta a las inquietudes y propuestas de la comunidad para crear contenidos pertinentes y significativos. Escuchar es parte de su compromiso con el crecimiento y la mejora continua.
- **Libertad de prensa:** Cítrico es el espacio donde se promueve la expresión libre y responsable, sin censura. Como revista, tenemos el deber de defender el derecho a informar y ser informados.

Cítrico
Revista

La experiencia de comunicar

revistacitrico.com
revistacitrico@umariana.edu.co



- Pluralidad: Le apostamos a la difusión de múltiples enfoques, sin imponer nuestra perspectiva. Lo anterior, siempre y cuando prevalezca el trato respetuoso y ético de la información sin afectar nuestra identidad.
- Pasión: La motivación de cada uno de nuestros integrantes y colaboradores, guían cada etapa del proceso creativo, desde la investigación hasta la publicación. Es nuestra responsabilidad el mantener siempre una actitud que inspire y motive a los demás.
- Sensibilidad: Todos los temas son abordados con empatía y responsabilidad, comprendiendo la realidad de diversas personas y comunidades. En todo momento, nuestra revista es consciente del impacto que su contenido puede generar.
- Diversidad: Se refleja en la variedad de temas y colaboradores que integran nuestro medio. La revista promueve un espacio inclusivo donde todas las personas puedan expresarse libremente.
- Inclusión: Promovemos la participación justa y respetuosa de todos los colaboradores. En nuestra revista nunca existirá distinción de género, origen o ideología.
- Transparencia: Toda la información que publicamos es precisa y previamente verificada, dando apertura a la correcta ejecución de los procesos editoriales y a la corrección pública en caso de ser

cíttrico
Revista

La experiencia de comunicar

revistacitrico.com
revistacitrico@umariana.edu.co



necesario. Además, garantizamos en todo momento la independencia editorial a través de la claridad frente a posibles conflictos de intereses y la participación activa de la comunidad para fortalecer los lazos de confianza con nuestro público.

Personalidad

- Creativa: Proponemos nuevas formas de narrar mediante la combinación de diversos géneros y formatos. En Cítrico, todas las ideas poseen un espacio para desarrollarse libremente.
- Disruptiva: Cuestionamos las estructuras de la comunicación masiva y tradicional para abrir paso a enfoques alternativos. Rompemos con los discursos convencionales y preferimos explorar nuevas perspectivas.
- Crítica: Queremos ir más allá de lo evidente, la investigación de nuestras publicaciones, explora a fondo temas sociales, buscando cuestionar lo establecido y fomentar el diálogo que de la reflexión y la creación de otras formas de conocimiento.
- Innovadora: Adaptamos las tendencias digitales a nuestras historias para conectar con diferentes públicos. Desde recursos interactivos hasta contenido transmedia, siempre exploramos nuevas maneras de comunicar y de hacer que los usuarios tengan una grata experiencia con nuestro contenido.

Revista
cítrico

La experiencia de comunicar

revistacitrico.com
revistacitrico@umariana.edu.co



- Independiente: Defendemos la libertad editorial y garantizamos un espacio sin censuras ni sesgos. En Cítrico, cada colaborador tiene la oportunidad de expresarse con autenticidad y sin restricciones ideológicas.

Público objetivo

Comunidad Universitaria conformada por estudiantes, con edades comprendidas entre los 16 y 25 años; egresados, con edades que van desde los 21 hasta los 30 años y profesores de 25 a 60 años.



revistacitrico.com
revistacitrico@umariana.edu.co

Anexo M. Manual de Estilo



Manual de estilo

Manual de estilo

Primera edición: 2024



Una publicación del equipo editorial de la Revista Cítrico

Director

Andrés Eduardo Mora Rivera

Editora

María Ángela Montenegro Paz

Coordinadora Ejecutiva

Nataly Insuasti Sánchez

Coordinador de Contenidos

John Jairo Rodríguez Saavedra

Coordinador Creativo

Juan Pinzón Escandón

Coordinador Podcast

Felipe Andrés Criollo Córdoba

Diseñador UX

Yubar Deibi Portilla Benitez

© Todos los derechos reservados. El contenido del Manual de Estilo de la Revista Cítrico puede ser compartido y distribuido entre los públicos de interés, siempre y cuando se reconozca la fuente y no se modifique, altere o edite de ninguna forma. Cualquier cambio en el contenido deberá contar con la autorización previa y por escrito del equipo editorial de la Revista. El incumplimiento de esta disposición podría tener repercusiones.

Contenido

1. Identidad conceptual	
1.1. ¿Quiénes somos?	8
1.2. Objetivos	9
1.3. Misión	10
1.4. Visión	10
1.5. Valores	10
1.6. Personalidad	13
1.7. Público objetivo	13
1.8. Roles y funciones	14
2. Pautas generales	
2.1. Colaboradores anónimos	16
2.2. Remuneración por material editorial	16
2.3. Confidencialidad	16
2.4. Errores	17
2.5. Privacidad	17
2.6. Diálogo con el público	17
2.7. Ruta de aprobación	18
2.8. Menores de edad	20
2.8.1. Como autores	20
2.8.2. Como fuentes de información	20
2.9. Asuntos legales	21
3. Reglas editoriales	
3.1. Exactitud y verificación	22
3.2. Atribución y citas anónimas	23
3.3. Fuentes de información	23
3.4. Promociones	24
3.5. Trato justo y uso del idioma	24
3.6. Duelo	24
3.7. Etnia	24





3.8. Autolesiones	25
3.9. Contenidos patrocinados	25
3.10. Distorsión de imágenes, material audiovisual y audio	25
3.11. Texto	26
3.11.1. Citas directas	27
3.12. Fotografía	27
3.13. Audiovisual	28
3.14. Multimedia	28
3.15. Podcast	29
3.16. Presentación de piezas audiovisuales, multimediales, sonoras y fotográficas)	29
3.17. Requisitos adicionales para su publicación	31
3.17.1. Texto	31
3.17.2. Fotografía	31
3.17.3. Audiovisual	32
3.17.4. Multimedia	32
3.17.5. Podcast	33
4. Conflictos de intereses	
4.1. Obsequios	34
4.2. Productos comerciales	35
4.3. Intereses externos	35
4.4. Declaración de intereses	35
4.5. Compromisos externos	35
4.6. Relaciones	36
5. Derechos de autor	
5.1. Derechos patrimoniales	38
5.2. Derechos morales	39
5.3. Legislación y organismos reguladores	39

Bibliografía

Introducción

El presente manual contiene las directrices editoriales para la Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana.

El objetivo de este manual es promover las buenas prácticas periodísticas, protegiendo la integridad tanto de nuestros colaboradores como de la Revista, independiente del formato y contexto en que se publique. Así mismo, buscamos fortalecer nuestra filosofía e identidad corporativa, reforzando nuestro compromiso con la calidad investigativa al servicio de la región.

En esta medida, es importante señalar que los lineamientos aquí establecidos abarcan cinco aspectos esenciales: identidad conceptual, pautas generales, reglas editoriales, conflictos de intereses y derechos de autor.

Estos lineamientos deberán aplicarse a todos los productos periodísticos, sin excepción. Para ello, tanto el/la director/a del Programa como el/la editor/a de la revista serán los encargados serán responsables de asegurar y garantizar su estricto cumplimiento.

Ahora bien, en defensa de la independencia editorial, reputación y dando cumplimiento a la responsabilidad social que hemos asumido como Revista, nos comprometemos a:





- Delimitar cualquier intención de publicidad o patrocinio relacionado con el periodismo masificado, que pueda alterar nuestros principios consolidados en este manual.
- Prohibir la circulación de todo tipo de material que vulnere los derechos de la población mediante discursos de odio, violencia o difamación.
- Cumplir con todas y cada una de las directrices aquí establecidas, en la medida en que se requiera su aplicación.

1. Identidad Conceptual

1.1. ¿Quiénes somos?

Somos una Revista Digital Universitaria, reconocida por la Biblioteca Nacional de Colombia a través del registro ISSN 2981-3832. Desde 2018, hemos servido como una plataforma para la producción y difusión de contenidos creados por estudiantes, egresados y docentes del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana. Sin embargo, también estamos abiertos a recibir propuestas de publicaciones por parte de profesores y estudiantes de otras disciplinas y facultades de la Institución, así como de colaboradores externos.

A través del lenguaje periodístico en formatos de tipo textual, fotográfico, audiovisual, multimedial y podcast, buscamos contribuir a la construcción de saberes, al tiempo que fomentamos un espacio propicio para la reflexión crítica y el intercambio de conocimiento e información.

Nuestro enfoque abarca diversos ámbitos, tales como el desarrollo científico, humano, político, social, cultural, artístico y tecnológico, con énfasis en el contexto regional. De este modo, cualificamos el ejercicio de acceder, producir, difundir e intercambiar conocimiento e información en el marco de las oportunidades que brindan las tecnologías de la información y la comunicación.

Nos caracteriza el trabajo en equipo, con el propósito de que, mediante un periodismo riguroso y ético, podamos contribuir a la comprensión de los fenómenos sociales con criterios sólidos, generando una opinión pública crítica y participativa. Como revista universitaria, buscamos

que nuestros colaboradores no solo se limiten a publicar, sino que se comprometan activamente con sus entornos, desarrollando capacidades y actitudes que trascienden la inmediatez de la información.

Lo Cítrico alude al medio, al centro, a lo convergente y, a la vez, a lo divergente, representando un espacio donde confluyen diversas dinámicas de producción, superando las dicotomías del bien y el mal para forjar una identidad propia. Con este enfoque, nos mantenemos firmes en nuestro compromiso con la ética, la estética y la búsqueda de la verdad en cada contenido que compartimos.

Nuestra revista se encuentra enmarcada en la política de acceso abierto: Open Access. Por lo tanto, la publicación es gratuita y la participación en las convocatorias no tiene ningún costo para los autores, así como tampoco para su publicación.

¡Cítrico es academia convertida en periodismo de calidad!

1.2. Objetivos

- Servir como un medio de divulgación, producción y circulación del conocimiento periodístico de estudiantes, docentes y egresados del Programa de Comunicación Social, así como de entidades/personas externas que busquen la promoción y creación de contenido de calidad.
- Fortalecer los procesos pedagógicos de los estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, mediante el acompañamiento personalizado en la producción de contenidos.

- Consolidarse como una plataforma que respalda el proceso de investigación periodística de los estudiantes, potencializando sus habilidades y convirtiéndolos en profesionales altamente competitivos.

1.3. Misión

Nuestra misión es promover el periodismo de investigación, el análisis crítico, la reflexión y el intercambio de conocimientos mediante la creación y difusión de contenidos académicos con gran calidad. Mediante la participación de estudiantes, docentes, egresados y externos con productos en diversos formatos (texto, fotografía, audiovisual, multimedia y podcast), visibilizamos las realidades socioculturales en el departamento de Nariño.

1.4. Visión

Para el año 2029, Cítrico se consolidará como referente editorial en el departamento de Nariño, destacándose por su criterio editorial firme, que prioriza la reflexión crítica y el análisis riguroso, brindando a su audiencia un contenido que trascienda la inmediatez y contribuya al entendimiento de las realidades socioculturales, a través de un periodismo de calidad y comprometido con la transformación social.

1.5. Valores

- **Libertad de prensa:** En Cítrico apoyamos la Ley 984 de 2005 sobre la libertad de prensa. Como revista, fomentamos el ejercicio periodístico libre y autónomo, permitiendo a nuestros colaboradores crear contenidos sin presiones externas, asegurando información veraz, diversa y que respeta los derechos fundamentales de las personas.

- **Libertad de expresión:** Defendemos el ejercicio de la libertad de expresión, un derecho fundamental consagrado en el Artículo 20 de la Constitución de Colombia, a través del intercambio de ideas plural y respetuoso, el análisis crítico y el desarrollo del conocimiento, con el objetivo de fortalecer el debate público y contribuir al crecimiento intelectual y social de nuestra comunidad.
- **Transparencia:** Toda la información que publicamos es precisa y previamente verificada, dando apertura a la correcta ejecución de los procesos editoriales y a la corrección pública en caso de ser necesario. Además, garantizamos en todo momento la independencia editorial a través de la claridad frente a posibles conflictos de intereses y la participación activa de la comunidad para fortalecer los lazos de confianza con nuestro público.
- **Pluralidad:** Le apostamos a la difusión de múltiples enfoques, sin imponer ninguna perspectiva personal. Lo anterior, siempre y cuando prevalezca el trato respetuoso y ético de la información sin afectar nuestra identidad.
- **Respeto:** Garantizamos que las opiniones y expresiones emitidas por nuestro equipo y nuestros colaboradores, sean tratadas con dignidad y consideración, incluso en situaciones de desacuerdo. El respeto es esencial en la convivencia y en la construcción de contenido ético.
- **Inclusión:** Promovemos la participación justa y respetuosa de todos los colaboradores, garantizando un espacio libre de distinciones y barreras de cualquier tipo. Para nosotros, la inclusión es un principio fundamental que acoge la diversidad en todas sus formas.

- **Diversidad:** Propiciamos un espacio inclusivo donde todas las personas puedan expresarse libremente a través de los diferentes géneros y formatos. Esta diversidad permite que generemos un diálogo abierto y respetuoso que representa la pluralidad de nuestra Revista.
- **Pasión:** La motivación de cada uno de nuestros integrantes y colaboradores, guían cada etapa del proceso creativo, desde la investigación hasta la publicación. Es nuestra responsabilidad el mantener siempre una actitud que inspire y motive a los demás.
- **Sensibilidad:** Todos los temas son abordados con empatía y responsabilidad, comprendiendo la realidad de diversas personas y comunidades. En todo momento, somos conscientes del impacto que el contenido puede generar.
- **Diálogo:** Buscamos que, en todo momento, se generen discusiones abiertas sobre temas relevantes relacionados con nuestra Revista, pero también con el entorno, promoviendo el intercambio de ideas desde diversas perspectivas. Es nuestro deber facilitar la conversación y la reflexión en la comunidad académica.
- **Calidad:** El contenido riguroso y cuidadosamente elaborado bajo los criterios editoriales estipulados en este manual, nos permite mantener altos estándares en la investigación y resultados de los diferentes formatos.
- **Interdependencia:** Fomentamos la colaboración entre estudiantes, docentes y el equipo editorial, entendiendo que el trabajo en equipo enriquece el proceso creativo y editorial. Cítrico es un espacio colectivo donde cada persona aporta sus habilidades y perspectivas, elevando la calidad y el impacto del contenido.

1.6. Personalidad

- **Creativa:** Proponemos nuevas formas de narrar mediante la combinación de diversos géneros y formatos. En Cítrico, todas las ideas poseen un espacio para desarrollarse libremente.
- **Disruptiva:** Cuestionamos las estructuras de la comunicación masiva y tradicional para abrir paso a enfoques alternativos. Rompemos con los discursos convencionales y preferimos explorar nuevas perspectivas.
- **Crítica:** Queremos ir más allá de lo evidente, la investigación de nuestras publicaciones, explora a fondo temas sociales, buscando cuestionar lo establecido y fomentar el diálogo que de la reflexión y la creación de otras formas de conocimiento.
- **Innovadora:** Adaptamos las tendencias digitales a nuestras historias para conectar con diferentes públicos. Desde recursos interactivos hasta contenido transmedia, siempre exploramos nuevas maneras de comunicar y de hacer que los usuarios tengan una grata experiencia con nuestro contenido.
- **Independiente:** Defendemos la libertad editorial y garantizamos un espacio sin censuras ni sesgos. En Cítrico, cada colaborador tiene la oportunidad de expresarse con autenticidad y sin restricciones ideológicas.

1.7. Público objetivo

Comunidad Universitaria conformada por estudiantes, con edades comprendidas entre los 16 y 25 años; egresados, con edades que van desde los 21 hasta los 30 años y profesores de 25 a 60 años.

1.8. Roles y funciones

Director/a:

- Asegurar la calidad de la revista y ejercer su representación ante las instancias correspondientes.
- Comprobar que se cumplan las normas de publicación.
- Decidir la publicación y la divulgación de los artículos. Aplicar criterios de objetividad en los artículos susceptibles de publicación.
- Definir las funciones y deberes del cuerpo editorial y supervisar su trabajo.

Coordinador/a Ejecutivo/a:

- Coordinar los consejos editoriales y garantizar que los compromisos editoriales se cumplan en tiempo y forma, realizando el seguimiento y las alertas pertinentes.
- Realizar la logística y gestión pertinente para visibilizar y generar impacto con la revista.

Coordinador Creativo:

- Coordinar la creación, revisión y validación de los contenidos visuales (ilustraciones, fotografías y videos) que se proponen para acompañar las distintas publicaciones; siempre velando por conservar la línea gráfica institucional de la Revista.

Coordinador de Contenidos:

- Revisar y corregir el estilo, asegurando que los textos, independiente de su autor, sean inteligibles para los lectores. Para ello se deben considerar aspectos lingüísticos, estructurales y semánticos (ortografía, gramática, sintaxis y contenido).

Coordinador Podcast:

- Asegurar que los episodios de podcast cumplan con los estándares

editoriales de la revista en términos de producción de calidad, estilo y relevancia.

- Promover la creación de contenido preciso, imparcial y respetuoso con las normas éticas y profesionales del periodismo.
- Revisar y validar el contenido final para garantizar su calidad, la coherencia del mensaje y la corrección de posibles errores.

Editora:

- Dirigir la generación de contenido, realizando actividades tales como: definir el plan de trabajo, coordinar y dar feedback sobre ideas/contenidos, validar el contenido final, asegurar el cumplimiento de estándares editoriales.

Diseñador UX:

- Crear una experiencia atractiva y funcional para los lectores. Sus funciones incluyen investigar las necesidades de los usuarios, diseñar la interfaz de navegación, garantizar la usabilidad y accesibilidad, seleccionar elementos visuales coherentes y optimizar la revista para dispositivos móviles.

2. Pautas generales

2.1. Colaboradores anónimos

Revista Cítrico solo empleará protección o seudónimos para los autores cuando su integridad, privacidad o estabilidad económica estén en peligro, siempre con la autorización previa de la editora. En caso de presentarse esta situación se notificará al público sobre la reserva de identidad y se brindará una justificación al respecto. Esta norma no aplicará a colaboradores que ya usen seudónimos y hayan sido articulados bajo esa identidad.

2.2. Remuneración por material editorial

No realizamos pagos ni remuneraciones a productos periodísticos; tampoco aceptamos ningún tipo de soborno.

En caso de presentarse esta situación, la/s persona/s deberán manifestarlo ante el equipo editorial con antelación, para dar claridad al acontecimiento. De esta manera, no se afectará el buen nombre de nuestra Revista ni los valores y principios que nos caracterizan.

2.3. Confidencialidad

Todos los integrantes de nuestro equipo, quienes tienen acceso a datos personales e información relacionada con otros miembros y colaboradores de Cítrico, deberán tratar esta información con gran respeto y confidencialidad. Está prohibida la difusión de estos datos, a menos que sean un requisito formal para dar cumplimiento a alguna responsabilidad, como es el caso de los premios regionales, nacionales e internacionales de periodismo.

2.4. Errores

Garantizamos la corrección oportuna de cualquier error presente en alguno de los productos que circulen en nuestro medio. Es por ello que, tanto los integrantes de nuestra Revista, como los estudiantes, docentes, egresados y externos, quienes figuran como colaboradores, están en el deber de informar con sinceridad y antelación, la existencia de estos errores. Adicional a la corrección, nos comprometemos con nuestra audiencia a informarles acerca de los cambios generados.

2.5. Privacidad

Pese a que, por la naturaleza de nuestra labor periodística, la investigación puede conllevar cierto grado de intrusividad, en Cítrico nos comprometemos a siempre respetar la privacidad de las personas y las fuentes, de tal manera que nunca se presente una invasión a su privacidad sin una necesidad constatada. En caso de tratarse de un tema de interés público, se puede justificar el acceso a información personal en el bien común, siempre y cuando esta tenga una autorización previa e informada que no afecte la integridad ni la dignidad de las personas.

Además, toda investigación debe estar sustentada en bases sólidas; evitamos actuar por especulación, salvo que el tema, las sospechas y las posibilidades de éxito estén bien fundamentadas. También actuamos con cautela al publicar información que incluya datos identificatorios, por ejemplo, lugares de residencia, para evitar poner en riesgo la privacidad o seguridad de las personas involucradas.

2.6. Diálogo con el público

Una de las relaciones más importantes que tenemos es con nuestra au-

diencia. Es por ello que, garantizamos la respuesta oportuna y respetuosa a los diferentes comentarios que pueden suscitar nuestras publicaciones.

El diálogo, dependiendo del canal a través del cuál se genere, puede ser formal o informal, sin embargo, nunca se presentarán declaraciones que puedan ser contraproducentes para alguna de las dos partes. En nuestro medio, prima la profesionalidad y la ética, tal y como se señala en el presente manual.

2.7. Ruta de aprobación

La ruta de aprobación de los contenidos está diseñada para asegurar que los materiales recibidos se alineen con los lineamientos editoriales y los valores fundamentales de la revista.

En Cítrico, aclaramos que la recepción de los contenidos no implica un compromiso de publicación. Nuestro equipo editorial realizará una evaluación exhaustiva, que consta de diez pasos y tres filtros, de acuerdo con los parámetros y criterios establecidos, los cuales se describen a continuación. Si los contenidos no cumplen con los estándares de calidad, pertinencia o adecuación, el equipo se reserva el derecho de no proceder con su publicación, evaluando en su lugar la posibilidad de que el colaborador ajuste el material o explore otras formas de participación en la revista.

1.Recepción de contenidos a través del correo electrónico: revistacitrico@umariana.edu.co. - Encargado/a: Coordinador/a Ejecutivo/a.

2. Socialización de contenidos en el consejo editorial. - Encargado/a: Coordinador /a Ejecutivo/a.

3. Aprobación de contenidos en el consejo editorial por parte de la totalidad de integrantes de la Revista.

4. Organizar contenido y enviarlo para revisión de acuerdo a la categoría. - Encargado/a: Coordinador/a Ejecutivo/a.

5. Revisión del contenido de acuerdo al formato. (PRIMER FILTRO) - Persona Encargada:

Coordinador/a Creativo/a	Fotografía y Audiovisual
Coordinador/a de Contenidos	Textos periodísticos
Coordinador/a Podcast	Audio
Diseñador Ux	Multimedia

6. Revisar contenido, asegurando el cumplimiento de los estándares editoriales. (SEGUNDO FILTRO) - Encargado/a: Editor/a.

7. Revisar contenido para la validación final (TERCER FILTRO) - Encargado/a: Director/a Programa de Comunicación Social.

8. Diseño del banner. - Encargado/a: practicante o monitor/a.

9. Diligenciar excel publicación contenidos, subir al calendario y enviar a todo el equipo la alerta. - Encargado/a: Editor/a.

10. Publicación en sitio web. - Encargado/a: Diseñador/a UX.

2.8. Menores de edad

2.8.1. Como autores

Cualquier menor que desee presentar su trabajo para su publicación en nuestra revista deberá contar con la autorización expresa y por escrito de sus padres o representantes legales, independientemente de si pertenece al Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana.

El consentimiento informado debe incluir el aval para la publicación del contenido en los diferentes formatos disponibles. Asimismo, se asegurará que la participación del menor sea completamente voluntaria y comprendida en su totalidad, respetando en todo momento los derechos del niño, niña o adolescente. La autorización parental será un requisito fundamental, sin el cual no se podrá proceder con la publicación.

2.8.2. Como fuentes de información

Nuestra Revista se compromete a no divulgar información que haya sido obtenida superando los conocimientos y capacidad de respuesta de fuentes menores de edad.

Tampoco se publicará contenido en ningún tipo de formato donde hayan sido partícipes, si no cuentan con el consentimiento de sus padres o acudientes.

La indagación en la vida de los menores, deberá ser siempre justificada y con el consentimiento informado de ellos y sus padres . De igual manera, aunque exista esta autorización tanto de padres como del mismo menor, todos los integrantes de nuestra revista deberán procurar su protección ante cualquier vulneración de sus derechos que pueda ser consecuencia del contenido a difundir.

2.9. Asuntos legales

Nos comprometemos a siempre estar al tanto de las órdenes de tipo legal que puedan presentarse en nuestro medio; es así como garantizamos que no existan altercados que generen demandas o denuncias, que afecten nuestra reputación. En caso de presentarse tal situación, nuestro compromiso radica en siempre buscar asesoría de profesionales, para lograr la resolución del conflicto en los mejores términos, con base en la legislación colombiana.

3. Reglas editoriales

Antes de avanzar en las reglas editoriales, es importante realizar una aclaración frente a los términos de género y formato, modalidad bajo la cual trabajamos en Cítrico:

Género: El género es una categoría que clasifica el contenido según sus características comunes, como el tema, estilo o estructura. Algunos de los géneros que encontramos en nuestra Revista son: Crónica, opinión, reportaje, ficción, no ficción y literatura, entre otros.

Formato: El formato se refiere a la estructura o presentación específica de una obra, incluyendo el medio, la duración y el diseño. En el caso de nuestra revista, los formatos son: Texto, audiovisual, fotografía, multimedia y podcast.

3.1. Exactitud y verificación

La confianza que existe entre nosotros y que le es transmitida a nuestra audiencia, es un eje fundamental para la Revista. Es por eso que, damos fe y garantía de que toda la información que compartamos será exacta, auténtica y fiable.

Para lo anterior, toda aquella persona natural que desee colaborar con Cítrico, deberá informar la verificación de la información obtenida en su proceso investigativo. En caso de no haber logrado dicha verificación, deberán informar previamente, para buscar las soluciones que pueden ser: verificar desde la revista, de forma independiente, lo plasmado en el producto o aclararle a los usuarios cuáles fueron las fuentes de las cuales se extrajo la información, para que ellos mismos sean los encargados de evaluar su fiabilidad.

3.2. Atribución y citas anónimas

En el respeto a la privacidad que nos caracteriza, brindamos la oportunidad de generar citas anónimas que permitan a las personas aperturarse en la información que estén brindado, para que el público también tenga una mejor perspectiva del contexto y, por ende, una mejor comprensión.

Por otro lado, se señala que está prohibido el uso desmesurado del anonimato en la medida en que empiecen a promover intereses políticos, comerciales o de otro tipo, convirtiéndose en algo contraproducente para nuestro medio. En caso de requerirse este tipo de citas peyorativas anónimas, se deberá informar a la editora para contar con su autorización.

3.3. Fuentes de información

Las fuentes que brinden información en las diferentes investigaciones, siempre contarán con nuestra protección a través de la confidencialidad. Esto no significa que no se tenga conocimiento de ellas, sino que, todos los datos emitidos por los colaboradores frente a estas fuentes, no podrán ser difundidos ni reproducidos sin consentimiento previo de la fuente y del editor. En casos excepcionales que ameriten la salvaguarda de la integridad y bienestar de la persona, se puede omitir el brindar esta información al equipo editorial de la revista.

Por otro lado, siempre se deberá dar crédito a toda la información obtenida, ya sea de otras personas, organizaciones o incluso citas obtenidas de otros productos periodísticos.

3.4. Promociones

Las fuentes de información de los diferentes proyectos albergados en nuestro medio, no cuentan con ningún tipo de convenio promocional con Cítrico en ninguna de sus plataformas. En caso de que se haya planteado esta necesidad por parte de la fuente, el colaborador quien postuló el trabajo periodístico, deberá informar con antelación, para que esto pueda ser debatido entre nuestro equipo.

3.5. Trato justo y uso del idioma

Nuestro equipo y los colaboradores de la Revista, se comprometen al uso correcto del lenguaje, visibilizando los valores que caracterizan a nuestro medio.

De igual manera, se señala que, no son bien recibidos los comentarios mal intencionados y/o acusaciones que afecten al equipo de trabajo y, mucho menos, a aquellos que, de buena fe, han aceptado ser partícipes de los diferentes proyectos. En caso de presentarse esta situación, se informará de manera inmediata al implicado, para que este pueda dar su respuesta, siempre recurriendo al uso correcto del lenguaje.

3.6. Duelo

Se tratará a las personas con sensibilidad y empatía al informar en momentos de duelo o situaciones similares

3.7. Etnia

El origen étnico, la religión, ideologías, características o preferencias de las personas, no son difundidas por nuestro medio, a menos que esta información sea pertinente en el trabajo periodístico.

3.8. Autolesiones

Debido a la sensibilidad presente en los temas relacionados con autolesiones (principalmente suicidio), los colaboradores deberán abordarlos con gran mesura. No está permitida la difusión de imágenes, videos o el uso de descripciones detalladas del acontecimiento. Con lo anterior, buscamos evitar que se puedan fomentar estas acciones o que pueda verse implicada la privacidad e integridad de los terceros involucrados, por ejemplo, familiares cercanos, amigos, entre otros.

De igual manera, las publicaciones relacionadas con las autolesiones, deberán siempre incluir líneas de ayuda como números o páginas web, así como también información general sobre la prevención del suicidio y grupos de apoyo.

3.9. Contenidos patrocinados

El crítico aceptará la publicación de contenidos patrocinados únicamente en caso de que sean pertinentes desde el enfoque periodístico, se alineen con la misión de nuestro medio y respeten las directrices editoriales aquí establecidas. Cuando se presenten patrocinios, en la publicación se lo manifestará explícitamente.

3.10. Distorsión de imágenes, material audiovisual y audio

En Cítrico, no se permite la manipulación de fotografías, productos audiovisuales o audios en trabajos periodísticos, a menos que esta alteración esté claramente justificada por la labor informativa y se lleve a cabo sin comprometer la integridad y la ética periodística. Cualquier ajuste debe evitar la distorsión o tergiversación de la realidad, así como el perjuicio a la reputación de la revista. Toda modificación deberá ser previamente informada y autorizada por el equipo editorial y las fuentes de información correspondientes.

3.11. Texto

Todos los textos en esta categoría deben ajustarse a los lineamientos deontológicos del periodismo y cumplir con las definiciones de cada género, de acuerdo con el texto *Géneros Periodísticos* de Sonia Parrat (2008).

Además, no establecemos un límite mínimo o máximo de caracteres para estos textos; sin embargo, la publicación en este formato dependerá de la decisión final del consejo editorial, basada en la calidad del contenido y en el cumplimiento de las normativas editoriales.

Los géneros periodísticos admitidos en nuestra revista son:

- Crónica
- Opinión
- Reportaje
- Entrevista
- Literatura

Los textos del último componente (Literatura) deben estar justificados conceptualmente desde la definición de cada género:

- Poesía
- Cuento
- Novela
- Ensayo

3.11.1. Citas directas

Ni los miembros de la Revista ni los colaboradores quienes postulen sus contenidos, tienen la potestad de tergiversar el contexto expresado en las citas. En caso de generarse imprecisiones o falsedades, estas deberán ser manifestadas para darle el manejo respectivo y solución de manera oportuna.

3.12. Fotografía

Los trabajos de esta categoría deben anexar texto tipo statement y una selección de máximo 15 fotografías en formato JPG, 1000 píxeles por el lado más largo y 75 píxeles por pulgada. Lo anterior, a través de un link, preferiblemente drive de libre acceso y evitar WeTransfer o plataformas de esas características.

Los géneros correspondientes a este formato son:

- Ficción
- No Ficción
 - Ensayo fotográfico
 - Fotoperiodismo
 - Fotografía documental

3.13. Audiovisual

Los productos de este apartado pueden ser seriados o unitarios, deben tener la identidad gráfica de la universidad y contener una sinopsis. El producto se debe compartir a través de un link oculto de YouTube para iniciar el proceso de revisión por parte del equipo editorial

Los géneros correspondientes a este formato son:

- Ficción
 - Cortometraje
 - Videoclip
- No ficción
 - Documental
 - Reportaje
 - Entrevista
 - Crónica

3.14. Multimedia

Los productos multimediales deberán pertenecer a algunos de las categorías expuestas a continuación:

- Periodismo
- Ficción
- Trabajo de Investigación
- Proyecto para el Cambio Social

Todo contenido multimedia deberá incluir una sinopsis.

3.15. Podcast

Los productos de este apartado pueden ser seriados o unitarios. Deben estar en formato MP3 y enviados para la revisión del equipo editorial a través de un link, preferiblemente drive de libre acceso y evitar WeTransfer o plataformas de esas características.

En este caso, la totalidad de los contenidos deberán ser de no ficción: Entrevistas, reportajes o crónicas.

3.16. Presentación de piezas audiovisuales, multimediales, sonoras y fotográficas

- **Título:** Usualmente tiene el mismo título del producto periodístico.

Estilo y tipo de letra: Tipografía, Times New Roman; cuerpo, 14; interlineado, 1,5; variante tipográfica, negrita.

- **Autor o autore/as:**

Estilo y tipo de letra: Tipografía, Times New Roman; cuerpo, 12; interlineado, sencillo; variante tipográfica, negrita.

Si hay más de una autoría, poner los nombres en orden alfabético (primero el nombre y luego el apellido) o en orden jerárquico según el rol.

- **Fecha:** Día/mes/año (que se envía para la publicación). Ejemplo: 23/04/2024

Estilo y tipo de letra: Tipografía, Times New Roman; cuerpo, 12; interlineado, sencillo; variante tipográfica, negrita.

- **Cuerpo:** Presentación del producto periodístico.

Estilo y tipo de letra: Tipografía, Times New Roman; cuerpo, 12; interlineado 1,5; variante tipográfica, redondas.

Palabras (máximo): 250 caracteres

El cuerpo

En el cuerpo del texto se debe presentar la historia o hacer una sinopsis (síntesis) del producto. Es decir, debe sintetizar de forma clara y concisa los aspectos más relevantes de la pieza o del producto periodístico; también debe identificar con claridad la estructura narrativa, la trama, el tema, los personajes o las personas entrevistadas (según sea el caso) y los elementos que aportan valor a la pieza periodística (en términos investigativos, creativos, de aprendizaje, de singularidad, entre otros). Tenga en cuenta que aunque se muestre la trama, no se anuncia ni se hace mención a cómo termina el producto. En ese sentido, es importante que este resumen o presentación tenga un gancho o algún elemento que cautive al lector y lo lleve a reproducir la pieza.

Este texto no debe ser extenso, debe conectar con las emociones de la persona que lee esta presentación, debe atraerlo y provocar curiosidad por lo que va a encontrar.

Recursos que puede utilizar para el cuerpo de la presentación:

- Citar directa o indirectamente una frase de la pieza que tenga la esencia de la misma o que le permita impulsar su texto.
- Utilizar, si lo ve pertinente, fragmentos o imágenes clave de la pieza.
- Utilizar las voces de opinión que han reseñado o han realizado críticas favorables de la pieza.
- Finalmente, jugar con las expectativas del espectador.

3.17. Requisitos adicionales para su publicación

Teniendo en cuenta que la publicación del contenido tanto en la página oficial de la revista como en sus diferentes redes sociales, existen algunos requerimientos necesarios, adicional al producto, que los colaboradores deben tener en cuenta al momento de enviar sus trabajos.

3.17.1. Textos periodísticos

Para los textos periodísticos se requiere:

- Mínimo tres fotografías. Cada una con las siguientes dimensiones: 1080 x 1080, 1080 x 1920 y 1200 x 800 píxeles. (Formato Png o JPG)
- Opcional Video (30 seg, 1 horizontal ó 1 vertical). Cada uno con las siguientes dimensiones: 1080 x 1920 ó 1920 x 1080 píxeles respectivamente.
- Notas de realización manuscrita (fotografía 2 relevantes para contexto 1080 x 1920 píxeles)
- Opcional Ilustración (Técnica libre, propia o de 3°, con autorización de publicación).
- Opcional audio (formato MP3)

Temática: realización, backstage y protagonistas.

3.17.2. Fotografía

Para productos fotográficos se requiere:

- Fotografías durante y después de la realización (Opcional) En 1080 x 1080, x 1080 x 1920 y 1200 x 800 píxeles

- Videos (30 seg, 1 vertical opcional) 1080 x 1920 píxeles.

Video del autor, hablando sobre la obra y la realización, ¿por qué considera que este trabajo tiene impacto (temática) importante? 1 min 1080 x 1920 píxeles.

Temática: realización, backstage y protagonistas.

3.17.3. Audiovisual

Para productos audiovisuales se requiere:

- Fotografías durante y después de la realización. En 1080 x 1080, 1080 x 1920 y 1200 x 800 píxeles
- Videos (30 seg, 1 horizontal, 3 verticales) Cada uno con las siguientes dimensiones: 1080 x 1920 o 1920 x 1080 píxeles respectivamente.
- Story board y/o guión (fotografías 3 relevantes para contexto) En 1080 x 1920 píxeles.
- Carátula o portada de la pieza (según estilo gráfico, archivo editable)

Temática: realización, backstage y protagonistas.

3.17.4. Multimedia

Para productos multimediales se requiere:

- Fotografías durante y después de la realización. En 1080 x 1080, 1080 x 1920 y 1200 x 800 píxeles
- Videos (30 seg, 1 horizontal, 1 verticales) Cada uno con las siguientes dimensiones: 1080 x 1920 y 1920 x 1080 píxeles respectivamente.

- Notas de realización (30 seg, 1 video vertical, 1 min; 1 persona máx 3) 1080 x 1920 píxeles.
- Carátula o portada de la pieza (según estilo gráfico, archivo editable)
- Opcional audio (formato MP3)

Temática: realización, backstage y protagonistas.

3.17.5. Podcast

Para los productos sonoros se requiere:

- Fotografías (mínimo 3) En 1080 x 1080, 1080 x 1920 y 1200 x 800 píxeles.
- Videos (30 seg, 1 horizontal, 2 verticales) Cada uno con las siguientes dimensiones: 1080 x 1920 o 1920 x 1080 píxeles respectivamente.
- Guion
- Carátula del audio (según estilo gráfico, archivo editable)

Temática: realización, backstage y protagonistas.

4. Conflictos de intereses

En Cítrico reiteramos nuestra consolidación como medio independiente, profesional y ético. En esta medida, respetamos que cada uno de nuestros integrantes y colaboradores realicen diferentes actividades fuera de su trabajo; sin embargo, siempre se deberá hacer claridad de que los intereses externos no tienen nada que ver con nuestra actividad periodística ni tampoco repercuten en nuestra integridad editorial.

Con lo anterior, a continuación exponemos los casos por los cuales se podría cuestionar la independencia y los valores de nuestro medio, así como la postura que tenemos al respecto, la cual no podrá ser modificada sin previo consenso entre nuestro equipo.

4.1. Obsequios

Nuestro interés desde la Revista aboga por la calidad y la garantía de una buena información, sin ningún tipo de interés comercial de por medio.

En esta medida, ningún miembro del equipo o colaborador, podrá recibir o solicitar beneficios, regalías o pagos por parte de terceros, que puedan afectar el buen nombre, la confianza y la independencia de nuestra actividad periodística. En caso de presentarse esta situación, deberá informarse inmediatamente al director de la Revista.

De igual manera, tampoco se podrá utilizar el nombre de Cítrico para obtener ventajas como descuentos, ofertas o cualquier otro aspecto de índole personal. La excepción a este lineamiento se da únicamente cuando estas ventajas se requieran durante el correcto desarrollo de la labor periodística.

4.2. Productos comerciales

Ninguno de nuestros integrantes o colaboradores podrá comercializar productos o servicios en nombre de la Revista, a menos que así haya sido consensuada entre el equipo editorial y, posteriormente, constatada en un acta autorizada por el director de nuestro medio.

4.3. Intereses externos

Todos nuestros integrantes y colaboradores tienen el derecho a realizar otros trabajos externos a Cítrico; sin embargo, de considerarse que este interés externo puede afectar la reputación de nuestro medio, deberá ser informado para que todos tengamos conocimiento sobre ello y podamos solucionar cualquier inconveniente que pueda presentarse en relación a esto.

4.4. Declaración de intereses

Cualquier contenido desarrollado que mantenga intereses personales y pretenda ser difundido a través de nuestro medio, deberá ser puesto en conocimiento del equipo editorial. Esto puede ser compartido de manera formal e informal, dependiendo del caso. Por ejemplo, si el contenido postulado atiende a una necesidad de otra organización, este deberá ser informado de manera formal, pero si, por ejemplo, se trata del requerimiento del estudiante para que su publicación pueda o merezca postularse a un Premio de Periodismo, esto puede ser abordado, en primera instancia, de manera más informal.

4.5. Compromisos externos

Nuestra Revista reconoce el derecho de sus integrantes y colaboradores a disfrutar de su vida privada y a participar en la socie-

dad civil. Sin embargo, cuando se tenga la intención de involucrar aspectos de orden legal, público o que tengan probabilidades de entrar en conflicto con Cítrico, deberá informarlo al equipo editorial.

Ahora bien, los integrantes o colaboradores quienes sean invitados a moderar debates o participar en paneles como representantes de nuestro medio, no deben aceptar ni solicitar remuneraciones, a menos que la preparación o asistencia al evento demande una inversión significativa de su tiempo personal.

La aceptación de dicho pago deberá contar con la aprobación previa del director, quien evaluará cuidadosamente otras disposiciones de estas directrices, como las relacionadas con conflictos de interés, declaración de intereses y promoción de productos comerciales.

4.6. Relaciones

Cualquier emisión de información en formato textual, visual, audiovisual o sonoro, en donde se emitan opiniones sobre personas cercanas al autor, no podrá llevarse a cabo sin la previa evaluación y aprobación de los demás integrantes del equipo. Esto permitirá que no se generen implicaciones de tipo ético que pueda repercutir en la vulneración de algún derecho para cualquiera de las dos partes implicadas. Así mismo, se señala que esta regla aplica tanto al interior de la Revista como para los colaboradores quienes deseen publicar su contenido.

5. Derechos de autor

Todo material que sea publicado en nuestra Revista Cítrico del Programa de Comunicación Social, se encuentra respaldado por la Ley 1915 de 2018,¹ que surge como una modificación de la Ley 23 de 1982 y que regula los derechos exclusivos de los autores sobre sus obras literarias y artísticas, así como los derechos conexos de los artistas intérpretes o ejecutantes, productores de fonogramas y organismos de radiodifusión.

Ahora bien, en consonancia con esta legislación, todos los colaboradores de la Revista tanto internos como externos, deberán estar familiarizados con las normas sobre derechos y la difusión de su contenido en plataformas públicas.

Para nuestro medio, este derecho es fundamental, pues aseguramos que sea reconocido el trabajo de cada uno de los autores, impulsando su labor creativa e interés en continuar colaborando con Cítrico. Es por esto que, hasta el más mínimo intento de piratería, plagio, autoplagio o no reconocimiento de los aportes de los autores está prohibido, porque no solo atenta contra el autor, sino también contra el sano desarrollo de la labor periodística.

Como resultado de lo anterior, desde la Revista Cítrico nos comprometemos a respetar fielmente lo consagrado en la ley anteriormente mencionada, pero también a velar por el cumplimiento a cabalidad de la misma. Principalmente, en relación a dos de sus artículos:

1. Para más información sobre la Ley 1915 de 2018, puedes consultar el texto completo en la página oficial del Gobierno Colombiano: Ley 1915 de 2018.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=87419>

Artículo 1: En todo proceso relativo al derecho de autor, y ante cualquier jurisdicción nacional se presumirá, salvo prueba en contrario, que la persona bajo cuyo nombre, seudónimo o su equivalente se haya divulgado la obra, será el titular de los derechos de autor.

También se presumirá, salvo prueba en contrario, que la obra se encuentra protegida. (Artículo 1. Parágrafo, Constitución Política de Colombia 1991).

Artículo 12: El autor o, en su caso, sus derechohabientes, tienen sobre las obras literarias y artísticas el derecho exclusivo de autorizar, o prohibir: (a) La reproducción de la obra bajo cualquier manera o forma, permanente o temporal, mediante cualquier procedimiento incluyendo el almacenamiento temporal en forma electrónica. (b) La comunicación al público de la obra por cualquier medio o procedimiento, ya sean estos alámbricos o inalámbricos, incluyendo la puesta a disposición al público, de tal forma que los miembros del público puedan tener acceso a ella desde el lugar y en el momento que cada uno de ellos elija. (c) La distribución pública del original y copias de sus obras, mediante la venta o a través de cualquier forma de transferencia de propiedad. (d) La importación de copias hechas sin autorización del titular del derecho. (e) El alquiler comercial al público del original o de los ejemplares de sus obras. (f) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra. (Artículo 12. Constitución Política de Colombia 1991).

5.1. Derechos patrimoniales

Todos los autores tendrán derecho de beneficiarse económicamente de sus creaciones o de ceder este derecho a terceros, siempre y cuando esto vaya acorde a lo estipulado en el punto 4 de este manual, en relación con el Conflicto de Intereses.

5.2. Derechos materiales

Todo aquel contenido que sea difundido por nuestro medio, brindará su respectivo crédito y reconocimiento público al autor por la creación de su obra.

Además, tal y como se describe en el punto 5, se le ofrece la protección respaldada por el artículo 12 de la Constitución Política de Colombia, en donde se lo confiere la Facultad de efectuar cualquier modificación a su producto, siempre y cuando esto no tergiverse el mensaje ni perjudique a nadie.

5.3. Legislación y organismos reguladores

En Colombia, el derecho de autor está protegido bajo el artículo 61 de la Constitución Política de Colombia, en donde se encuentra la Ley 23 de 1382. Sin embargo, Revista Cítrico se ampara bajo la Ley 1915 de 2018, también concerniente a Derechos de Autor, que surge como una modificación a la Ley anteriormente descrita.

Ahora bien, el organismo encargado de desarrollar y ejecutar las políticas gubernamentales sobre propiedad intelectual es la Dirección Nacional de Derecho de Autor, una unidad administrativa especial que forma parte del Ministerio del Interior.

Todo lo anterior puede ser consultado y evaluado por aquellas personas que lo requieran, para garantizar nuestra honestidad y transparencia en relación con los derechos que nos respaldan.

Bibliografía

Constitución Política de Colombia. (1991). *Artículo 20: Libertad de expresión.*

<https://www.constitucioncolombia.com/>

Congreso de la República de Colombia. (2005). *Ley 984 de 2005: Por medio de la cual se regula el derecho a la libertad de prensa.*

<https://www.senado.gov.co>

Congreso de la República de Colombia. (2015). *Ley 1915 de 2015, Art. 12: Por la cual se regula el ejercicio del derecho a la libertad de prensa en Colombia.*

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=87419>

Congreso de la República de Colombia. (2015). *Ley 1915 de 2015, Art. 12: Por la cual se regula el ejercicio del derecho a la libertad de prensa en Colombia.*

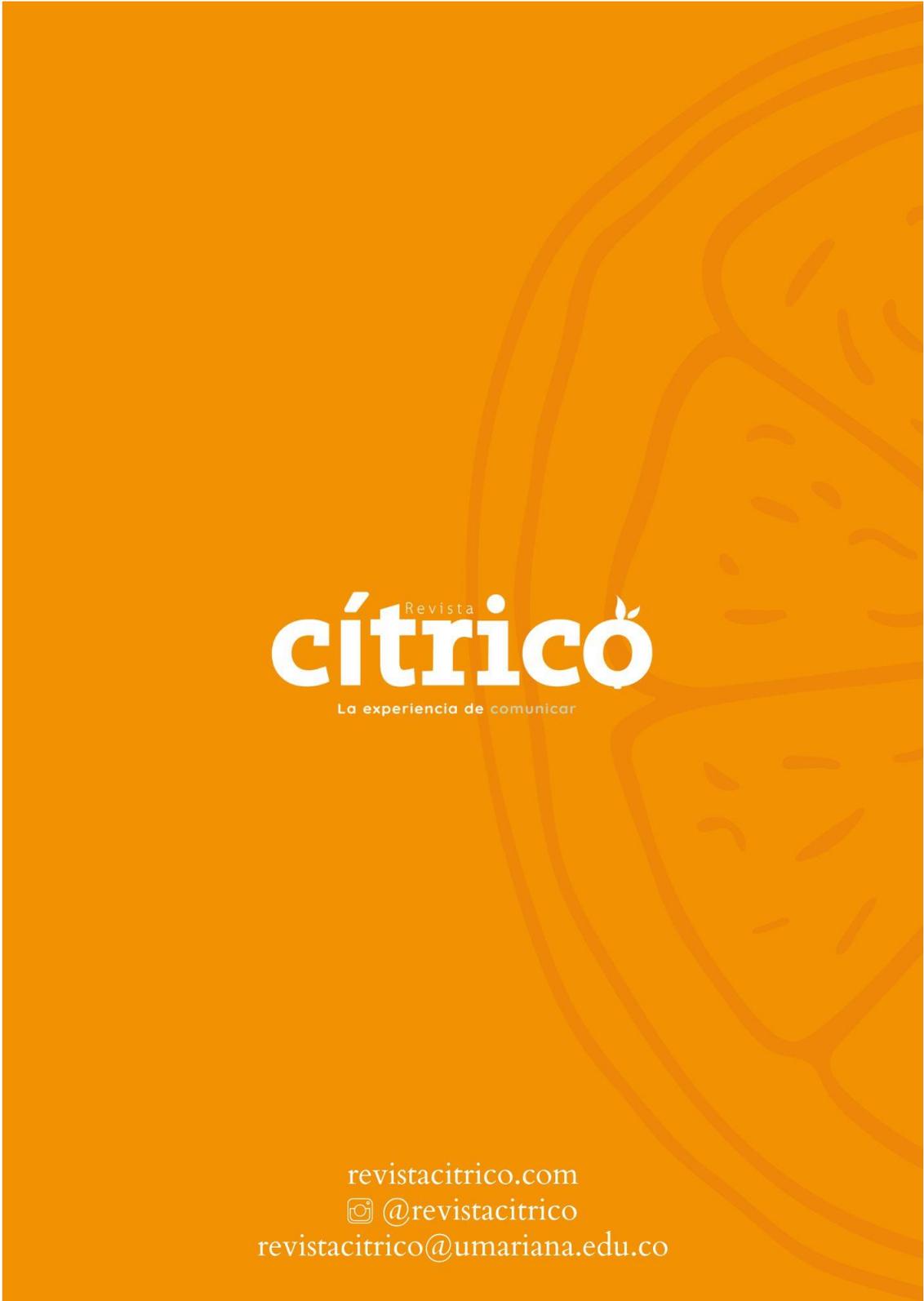
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=87419>

Parrat, S. (2008). *Géneros periodísticos en prensa.* Quipus, CIESPAL.

<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=55350>

Casa Macondo. (2015). *Directrices Editoriales.*

<https://casamacondo.co/wp-content/uploads/2024/02/directrices-editoriales.pdf>



Revista
cítrico
La experiencia de comunicar

revistacitrico.com
@revistacitrico
revistacitrico@umariana.edu.co

Anexo N. Consentimiento informado para menores como colaboradores



FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Para autorización de menores de 18 años que participan como creadores de contenido en la revista Cítrico (Debe ser diligenciado por sus padres, acudientes o tutores)

¿Qué es la revista Cítrico?

Somos una Revista Digital Universitaria del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, reconocida por la Biblioteca Nacional de Colombia a través del registro ISSN. Desde 2018 hemos servido como una plataforma para la producción y, principalmente, circulación de contenidos académicos creados por estudiantes, egresados, docentes y externos, con diferentes temáticas y contextos socioculturales de la región.

A través del lenguaje periodístico en formatos de tipo textual, fotográfico, audiovisual, multimedial y podcast, buscamos contribuir a la construcción de saberes, mientras propiciamos un espacio idóneo para la reflexión y el intercambio de conocimiento e información.

En Cítrico nos gusta trabajar en equipo y fortalecer al máximo la creatividad de los estudiantes. Además, el diálogo y la escucha activa son pilares fundamentales para la toma de decisiones. Nos caracterizamos por la interdependencia, la libertad de prensa y el respeto por los saberes de los demás.

¿Para qué utilizaremos los datos?

En la revista Cítrico, valoramos y respetamos las contribuciones de nuestros jóvenes autores, por lo tanto, queremos ofrecer un espacio donde sus voces y talentos sean reconocidos y apreciados. Esta información nos permite mejorar la calidad de nuestros proyectos y asegura que los menores de edad, como creadores de contenido para la revista Cítrico, estarán protegidos. La información proporcionada será utilizada únicamente con el

Fecha de actualización:
noviembre de 2024



consentimiento de sus padres, acudientes o tutores.

Con respecto a los datos personales del menor del que usted es responsable, la Revista Cítrico se compromete a:

- Utilizar su información únicamente para los fines detallados en este formulario.
- Mantener la información archivada bajo estrictas normas de seguridad.
- Si el menor, sus padres, acudientes o tutores lo solicitan, se utilizarán seudónimos o anonimato en las publicaciones.
- Seguir los reglamentos en materia de protección de datos establecidos en la Ley 1581 de 2012 y el Decreto 1074 de 2015.
- Hacer uso o divulgación de imágenes, audios o videos respetando y salvaguardando ante todo la dignidad humana.

Los datos y/o información recolectada y autorizada por medio de este documento será usada únicamente para los fines descritos anteriormente.

En el caso en que haya un cambio en la finalidad del uso de los datos recolectados se solicitará nuevamente autorización para su uso y manejo.

Autorización recolección de datos y uso imagen:

Yo, _____, quien suscribe el presente documento, identificado (a) con documento de identidad número _____ de

_____, de conformidad con lo dispuesto en las normas vigentes sobre protección de datos personales, autorizo libre, expresa e inequívocamente a la Revista Cítrico para que:

- El menor de edad de quien estoy a cargo, guarde sus datos (nombre, edad, género)

Fecha de actualización:
noviembre de 2024



en su base de datos, así mismo, proteger a los menores de edad que participan como creadores de contenido en la revista Cítrico, asegurando que su participación y la información proporcionada se utilicen de manera segura y con el consentimiento de sus padres, acudientes o tutores.

- En el marco de la recolección de información con fines de divulgación de índole periodístico/ investigación se publiquen fotos, videos y audios del menor de edad de quien estoy a cargo, y grabe sus declaraciones en entrevistas programadas, en caso de ser necesario. Este material será utilizado en medios comunicación institucionales, de terceros socios de la Revista Cítrico o de otras organizaciones o entidades con las que trabaja la misma revista en mención a nivel nacional o internacional. Puede aceptar parcialmente la presente autorización, registrando las excepciones que desee en el campo "observaciones" del presente formato.

Entiendo que, en mi condición de responsable del/la menor a mi cargo, cuento con los derechos de acceso, modificación, supresión, eliminación de información y revocatoria o limitación de la autorización otorgada según lo establecido en el artículo 8 de la ley 1581 de 2012. Para el ejercicio de mis derechos la Revista Cítrico ha habilitado el correo (revistacitrico@umariana.edu.co) y demás canales de contacto dispuestos en la página de oficial de Cítrico.

Se firma en _____ a los _____ del mes de _____ del año _____.

Firma, huella digital o iniciales del adulto/padre/madre/tutor

Nombre completo:

Tipo y número

Fecha de actualización:
noviembre de 2024



de documento:

Número de

contacto:

Dirección de

residencia:

Observaciones:

Fecha de actualización:
noviembre de 2024

Anexo O. *Consentimiento informado para menores como fuentes de información*



**FORMULARIO DE
CONSENTIMIENTO INFORMADO**

**Para autorización de recolección de datos, grabación de material
fotográfico/sonoro/audiovisual y uso de imagen (para menores de 18 años –
debe ser diligenciado por sus padres, acudientes o tutores)**

¿Qué es la revista Cítrico?

Somos una Revista Digital Universitaria del Programa de Comunicación Social de la Universidad Mariana, reconocida por la Biblioteca Nacional de Colombia a través del registro ISSN. Desde 2018 hemos servido como una plataforma para la producción y, principalmente, circulación de contenidos académicos creados por estudiantes, egresados, docentes y externos, con diferentes temáticas y contextos socioculturales de la región.

A través del lenguaje periodístico en formatos de tipo textual, fotográfico, audiovisual, multimedial y podcast, buscamos contribuir a la construcción de saberes, mientras propiciamos un espacio idóneo para la reflexión y el intercambio de conocimiento e información.

En Cítrico nos gusta trabajar en equipo y fortalecer al máximo la creatividad de los estudiantes. Además, el diálogo y la escucha activa son pilares fundamentales para la toma de decisiones. Nos caracterizamos por la interdependencia, la libertad de prensa y el respeto por los saberes de los demás.

¿Para qué utilizaremos los datos?

En cada una de nuestras intervenciones, queremos que los participantes cuenten con un espacio para que sus voces sean escuchadas.

Esta información nos permite mejorar la calidad de nuestros proyectos, para la producción

Fecha de actualización:
noviembre de 2024



y, principalmente, circulación de contenidos académicos creados por estudiantes, egresados, docentes y externos. Por lo anterior, se asegura que los menores de edad, como fuentes de información para la revista Cítrico, estarán protegidos y que la información proporcionada será utilizada únicamente con el consentimiento de sus padres, acudientes o tutores. Además, es importante destacar que la identidad del menor será protegida en todo momento. Nos comprometemos a no revelar la identidad del menor en ninguna publicación, garantizando que su imagen y testimonios se presenten de manera anónima y respetuosa, a menos que la voluntad del menor y de su representante legal dictamine lo contrario..

Con respecto a los datos personales del menor del que usted es responsable, la Revista Cítrico se compromete a:

- Utilizar su información únicamente para los fines detallados en este formulario.
- Mantener la información archivada bajo estrictas normas de seguridad.
- Recolectar y archivar únicamente los datos que respondan a una finalidad legítima de la Revista.
- Seguir los reglamentos en materia de protección de datos establecidos en la Ley 1581 de 2012 y el Decreto 1074 de 2015.
- Hacer uso o divulgación de imágenes, audios o videos respetando y salvaguardando ante todo la dignidad humana.

Los datos y/o información recolectada y autorizada por medio de este documento será usada únicamente para los fines descritos anteriormente.

En el caso en que haya un cambio en la finalidad del uso de los datos recolectados se solicitará nuevamente autorización para su uso y manejo.

Fecha de actualización:
noviembre de 2024



Autorización recolección de datos y uso imagen:

Yo, _____, quien suscribe el presente documento, identificado (a) con documento de identidad número _____ de

_____, de conformidad con lo dispuesto en las normas vigentes sobre protección de datos personales, autorizo libre, expresa e inequívocamente a la Revista Cítrico para que:

El menor de edad de quien estoy a cargo, guarde sus datos (nombre, edad, género) en su base de datos, tome imágenes, videos o audios durante entrevistas y actividades individuales o grupales para reportes internos y/o divulgación en los medios oficiales de la Revista Cítrico con fines de comunicar.

En el marco de la recolección de información con fines de divulgación de índole periodístico/ investigación se tome fotos, videos y audios del menor de edad de quien estoy a cargo, y grabe sus declaraciones en entrevistas programadas. Este material será utilizado en medios comunicación institucionales, de terceros socios de la Revista Cítrico o de otras organizaciones o entidades con las que trabaja la misma revista en mención a nivel nacional o internacional. Puede aceptar parcialmente la presente autorización, registrando las excepciones que desee en el campo "observaciones" del presente formato.

Entiendo que, en mi condición de responsable del/la menor a mi cargo, cuento con los derechos de acceso, modificación, supresión, eliminación de información y revocatoria o limitación de la autorización otorgada según lo establecido en el artículo 8 de la ley 1581 de 2012. Para el ejercicio de mis derechos la Revista Cítrico ha habilitado el correo (revistacitrico@umariana.edu.co) y demás canales de contacto dispuestos en la página de oficial de Cítrico.

Fecha de actualización:
noviembre de 2024



Se firma en _____ a los _____ del mes de _____ del año _____.

Firma, huella digital o iniciales del adulto/padre/madre/tutor

Nombre completo:

Tipo y número

de documento:

Número de

contacto:

Dirección de

residencia:

Observaciones:

Fecha de actualización:
noviembre de 2024