

Referencias bibliográficas

- Barthes, R. 1992 [1980]. *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós.
- Verón, E. "Esquema para el análisis de la mediatización", en *Diálogos de la Comunicación*, N°48. Lima: Felafacs, p. 9-17, 1997.
- Verón, E. (1996) "Delaimagensemiológicaalasdiscursividades. El tiempo de una fotografía", en *Espacios públicos en imágenes*, Isabel Veyrat-Masson y Daniel Dayan (ed.). Barcelona: Gedisa.
- Carlón, Mario (2016). "Sujetos telespectadores y memoria social", en *Dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: LaCrujía.
- Carlón, M. "Introducción", en *Después del fin. Una perspectiva de la antropología poética*. Buenos Aires: Crujía.
- Foncuberta, J. (2016) *La furia de las imágenes*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fortuny, N. (2014): *Memorias fotográficas, imagen y dictadura en la fotografía argentina contemporánea*. Buenos Aires, LaLuminosa.
- Guembe, M. L. (2008): *¿Qué construye la fotografía?* Buenos Aires, FSO
- Sontag, S. (2007[1995]). "Cuestión de énfasis". Buenos Aires, Alfaguara.
- Verón, E. (2009). "El fin de la historia de un mueble", en *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (Mario Carlón y Carlos Scolari, ed.). Buenos Aires: La Crujía.

Abstract: This paper attempts to describe a communicative phenomenon that emerges from the irruption of the smartphones in everyday life used as communications media, at anyone's reach.

The advance of amateurism in photojournalism goes to a key question for thinking about the future of media. The proposal is to analyze the publication of a selfie made by a prosecutor who acted in the eviction

of the land in Guernica, province of Buenos Aires, in the year 2020. The media repercussions and the testimonies of a photojournalist who covered the news will be analyzed.

Keywords: communication - photography - selfie - smartphones

Resumo: Este trabalho tenta descrever um fenômeno comunicativo que emerge da irrupção dos smartphones na vida cotidiana. Os dispositivos móveis são utilizados como meio de comunicação ao alcance de qualquer pessoa.

O avanço do amadorismo na fotografia jornalística leva a uma questão-chave para pensar o futuro da mídia. A proposta é analisar a publicação de uma selfie feita por um oficial de Justiça que atuou no despejo da apropriação de terras em Guernica, província de Buenos Aires, no ano de 2020.

Palavras-chave: comunicação - fotografia - selfie - smartphones

(*) **Balanovsky, Daniela Java:** Reportera Gráfica (ARGRA) con 25 años de experiencia, Licenciada en Psicología (UBA), Periodista, Fotógrafa Profesional y Editora. Profesora de la Universidad de Palermo en el Área Audiovisual de la Facultad de Diseño y Comunicación. Pertenece a la Facultad de Diseño y Comunicación desde el año 2009. **Renis, Gastón:** Reportero Gráfico (ARGRA) con 30 años de experiencia en medios gráficos nacionales y organismos oficiales. Profesor de la Universidad de Palermo en el Área Audiovisual de la Facultad de Diseño y Comunicación. Docente en ISER y analista en el área de comunicación y cultura.

DOSIS Revista Digital Interactiva, el rol del comunicador audiovisual y digital en el campo editorial

Diego Alexander García Gaviria, Franklin Molano
Gaona y Liza Catalina Trujillo Giraldo (*)

Actas de Diseño (2024, octubre),
Vol. 47, pp. 126-130. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2022
Fecha de aceptación: agosto 2023
Versión final: octubre 2024

Resumen: La Revista Digital interactiva Dosis es una estrategia didáctica utilizada por el programa de Comunicación Audiovisual y Digital de la Fundación Universitaria del Área Andina, para consolidar una forma de enseñanza-aprendizaje del conocimiento creativo, investigativo y disciplinar. Este es un ejercicio teórico práctico con el que el estudiante se acerca con mayor precisión a la dinámica de creación, producción y realización de un producto editorial puesto en funcionamiento en una plataforma digital y donde la producción audiovisual y digital se pone al servicio de complementar el texto, creando así una experiencia mucho más enriquecedora a nivel de experiencia de usuario.

Palabras Clave: Revista Digital - Comunicación Audiovisual - Producto Editorial - Digital.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 129]

Revista Digital Interactiva Dosis

La Revista Digital Interactiva Dosis es un ejercicio teórico práctico donde el estudiante se acerca con mayor precisión a la dinámica de la creación, producción y realización de un producto editorial puesto en funcionamiento en una plataforma digital. Dicho ejercicio hace parte de una estrategia didáctica empleada por el programa de Comunicación Audiovisual y Digital de la Fundación Universitaria del Área Andina, denominada Proyecto Integrador de Semestre (PISE), para consolidar una vía de enseñanza-aprendizaje del conocimiento creativo, investigativo y disciplinar.

Esta estrategia articula la teoría con la práctica en una unidad académica y acaba las asignaturas que componen en cada semestre en la materialización de los diferentes productos audiovisuales y/o digitales. En este enfoque metodológico es fundamental entender que los procesos y los productos creativos son en sí mismos un saber surgido de unos pasos rigurosos y sistemáticos de la investigación basada en la creación.

La importancia de este ejercicio pedagógico radica, por un lado, en su capacidad para permear la base curricular de todas las asignaturas, dado que impacta los núcleos temáticos y el cuerpo metodológico de los planes pedagógicos de aula, y, por el otro, en la aplicación de una sólida y consensuada evaluación académica, que se estructura a partir de la formulación de competencias de tipo analítico, comunicativo, creativo, escritural, oral, de trabajo interdisciplinar y de cultura de la investigación. El ejercicio de Dosis propone la construcción de contenidos desde los diferentes géneros periodísticos a la vez que se presenta como un producto editorial que combina conceptos y prácticas: las maneras correctas de la redacción de textos, la fotografía, la realización audiovisual y los contenidos y narrativas digitales de vanguardia.

Dicho así, de los proyectos integradores de la formación básica del programa de Comunicación, Dosis es el que ofrece una versatilidad mayor para los estudiantes y los docentes, puesto que, durante el ejercicio de construcción de la edición, se propone un trabajo colaborativo constante en el que todos 'ponen', aportan y ayudan a la ejecución de la revista.

Es entonces Dosis, entre otras cosas, un proyecto que deja ver quiénes tienen esa capacidad de liderazgo, de creatividad, de resolución de problemas en situaciones de dificultad y de asunción de roles en organizaciones de comunicación digital. Herramientas que le servirán al comunicador en su desempeño profesional.

Pertinencia digital:

Es importante, imperativo, que la revista ocupe y se aloje en un espacio digital, con el fin de que el espectador reciba información, historias y entretenimiento en su dispositivo móvil o portátil en cualquier lugar del mundo y, también, con el objetivo de que los estudiantes entiendan los pormenores de la publicación de un producto editorial digital.

Con esto, lo que queremos decir es que ubicar a la revista Dosis en una plataforma digital ofrece la posibilidad de

que los consumidores aprecien el producto de los estudiantes de manera permanente e interactiva y de que la imagen del Programa de Comunicación Audiovisual y Digital y de sus estudiantes permanezca viva en la mente de los lectores. Es también la posibilidad de que la revista se mantenga vigente, actual, con temas que se relacionen con el quehacer del realizador audiovisual, su entorno y esos temas que le dan la posibilidad de desarrollar su competencia. En principio se maneja la plataforma Joomag, pero es ideal, también, subir las versiones no interactivas a Issuu. Teniendo en cuenta lo

anterior y que el formato de la revista es digital, es importante considerar la accesibilidad de la información por parte de los usuarios en los medios digitales y electrónicos. Esto se refiere a que los contenidos generales de la revista puedan ser efectivos y eficaces para los usuarios y que interactúen con su contenido de una manera satisfactoria (Lara y Martínez, 2016).

Historia de la revista

La revista Dosis nace como un ejercicio académico inscrito en el Proyecto Integrador de Semestre (PIS) de IV semestre en el Programa de Comunicación Audiovisual y Digital de la Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes de la Fundación Universitaria del Área Andina, seccional Pereira.

La idea surgió en el año 2015, cuando era pertinente que los estudiantes que llegaran a este semestre se acercaran y dominaran a los géneros periodísticos, los cuales fueron llevados a una revista digital. En ese sentido, cada semestre conforma un equipo de redacción y realiza la elaboración de la revista, que, además de contar con textos elaborados por los estudiantes, va acompañada de crónicas audiovisuales, infografías y productos de expansión. Pero, además de que los estudiantes escriben el contenido de la revista, reciben orientación y competencia en el diseño de la publicación, manejo de formatos, diagramación, post-producción y finalización del producto.

Es así como, desde el 2015, los estudiantes de IV semestre redactan, diseñan y producen la revista que demanda un semestre, y es hoy uno de los Proyectos Integradores de Semestre más competentes y disciplinados que un estudiante puede recibir durante su procesos de formación. Durante cada semestre se crea un promedio de dos revistas digitales, que cuenta con un equipo de realizadores digitales, dos editores y un comité editorial. Las revistas tienen un número de 70 páginas y cubren temas que ayudan a la formación de las competencias de los estudiantes.

Características generales

El tema: Cada semestre se hace una elección de temas de interés general que vayan acorde a la realidad tanto local como nacional y que le permita al estudiante no sólo tener un interés particular, sino que adicionalmente le genere espacios de acercamiento a las realidades actuales los cuales son presentados a los estudiantes en clase de Taller Digital durante la Semana. De acuerdo a la cantidad de

estudiantes inscritos, se tomará la decisión de cuántos números de la revista se realizarán en el semestre.

El organigrama de la revista: La revista tiene un comité editorial conformado por los docentes que orientan las diferentes asignaturas del semestre, quienes tendrán los roles de director, director de arte, coordinador editorial y asesor de imagen. Dicho comité tendrá la labor, no sólo de orientar el proceso de investigación, diagramación y diseño de la revista, sino que también toma decisiones de injerencia en cada número.

En un producto editorial, se deben establecer unos criterios de idoneidad del producto y del público objetivo abordar. Según Alcázar (2016), estos criterios son pautas que se deben tener en cuenta para que el contenido del producto editorial, el público objetivo y el contexto en el que se va a exponer y presentar sean coherentes (p.13). Teniendo en cuenta lo anterior, todos los estudiantes tienen cargo de redactores digitales. Cada grupo deberá escoger un editor y un jefe de diseño. El editor es el líder de cada proyecto en términos de contenido editorial, el jefe de diseño es el líder de cada proyecto en términos de diseño y ambos responden al director y director de arte.

Entregables: cada edición debe entregarse en sus versiones tanto online como para preimpresión completamente funcionales. Cada estudiante debe haber aportado al final un texto escrito que oscile entre las 800 y 1200 palabras, una infografía, su respectiva diagramación con imágenes y dos contenidos de expansión para la web, entendiendo este concepto como aquellos formatos que complementan de manera gráfica, visual, sonora o audiovisual la temática tratada en el texto escrito y puedan albergarse dentro del ecosistema de la web. De igual forma, debe incluirse la propuesta de diseño, que incluirá el paquete de fotografías, portada, contraportada y una crónica audiovisual para la web realizada de manera grupal.

Etapas:

Presentación y pitch: durante el primer corte académico del semestre, se realiza la presentación general de la revista y la metodología a usar, así como se eligen los diferentes números que se producirán con sus respectivas temáticas. Una vez se tienen claros los grupos y el tema central de la edición, se procede a la etapa de pitch, en la que los integrantes de cada equipo, a modo de comité editorial, presentan sus propuestas de sub temáticas y la posible crónica audiovisual central a trabajar. Cada estudiante tiene siete minutos para desarrollar su propuesta y, al final, el comité editorial elige la más viable de trabajar. Finalmente, son elegidos los roles de editor y jefe de diseño.

Primera entrega: durante el segundo corte académico, cada grupo desarrollará las propuestas de diseño (cabezote revista, línea gráfica, tipografía, paleta de color, dispositivos de interacción), propuestas fotográficas (portada, contraportada, lineamientos para el uso y realización de fotografías), contenidos periodísticos (avances de los textos, informe de trabajo de campo, entrevistas),

contenidos gráficos y digitales (informe sobre infografía: tema a tratar, enfoque, datos a utilizar, línea gráfica, qué contenidos digitales se van a realizar y cómo será su respectivo tratamiento y dispositivos).

Finalmente, se hace un avance con respecto a los contenidos audiovisuales: la crónica audiovisual y su respectiva escaleta temática.

Cabe resaltar que, durante esa presentación, únicamente intervienen el editor y jefe de diseño, como representantes y líderes de cada proyecto. Sin embargo, es de vital importancia que el grupo esté presente en su totalidad. Si un solo miembro del equipo no está durante la exposición o llega tarde a la misma, acarrea penalidades al grupo completo.

Segunda entrega: para el tercer corte, los estudiantes deben hacer una socialización de los avances de cada una de las secciones y sus respectivas diagramaciones. Durante esta presentación, cada miembro de la revista expondrá su respectivo trabajo, que abarca desde lo investigativo hasta el diseño, y la puesta en marcha de lo digital. Para garantizar que haya una correcta armonía en cada una de las secciones, ellos deberán regirse por la propuesta de diseño que presentaron y sustentaron en la primera entrega.

Entrega: al final del semestre, se realiza una pre entrega, generalmente una semana antes de que termine oficialmente el semestre, para la cual cada revista debe estar completamente diseñada y funcionando de manera off line. Aquí se revisará y harán los ajustes que sean necesarios para que, una semana después, pueda hacerse el lanzamiento de la revista de manera online.

Para dicho lanzamiento, la revista debe estar correctamente cargada en la plataforma Joomag. Para hacer menos pesada la interfaz, se indexan a través de hipervínculos todos los contenidos multimediales correspondientes a dicha versión. Cabe aclarar que el único sitio permitido para cargar productos audiovisuales es Canal Render, el canal oficial en Youtube del programa de Comunicación Audiovisual y Digital.

Manual de Redacción

A un medio de comunicación lo rige un manual deontológico que orienta el estilo de la revista y ayuda a forjar el carácter, en este caso, de los estudiantes que hacen parte de este proyecto digital. En ese sentido, en el 2020 se creó el Manual de Redacción de la Revista Dosis, que contempla desde el temperamento y las características que deben rodear a un redactor hasta cómo debe resolver cada escrito que hace parte de la publicación.

En renglones superiores se habla del carácter que debe acompañar al redactor de la revista, Esto se traduce en la formación del carácter para tomar decisiones en el momento de enfrentarse a situaciones complejas que requieren de un pensamiento reposado y responsable para actuar, pero también es saber distinguir y clasificar las fuentes y los puntos de vista más pertinentes para desarrollar su trabajo.

De este modo, el Manual de Redacción brinda la posibilidad al estudiante de que encuentre cómo es el trato con las fuentes, cómo debe comportarse en el trabajo de campo y cómo debe ser la relación con sus colegas, pero también es una guía de estilo que define y explica los géneros periodísticos (la breve, la noticia, la crónica, el reportaje y la columna de opinión). Hay un apartado dedicado a las normas gramaticales, al uso del diccionario y al buen manejo del lenguaje. Además, está la titulación, los subtítulos, los destacados y los pies de fotos.

El Manual está compuesto de 16 páginas, está dividido por capítulos y está escrito en una fuente legible. Esta bitácora de trabajo se socializa con los estudiantes en la segunda semana de clase con el objetivo de ofrecerles herramientas y bases sólidas para resolver la elaboración de la revista Dosis.

Rol del comunicador audiovisual y digital en el campo editorial

Mucho se habla del comunicador audiovisual en estos tiempos, en especial en estos días en los que redes sociales como Tik Tok y el uso de dispositivos móviles han puesto en manos de cualquier persona la realización audiovisual y producción de contenido. Sin embargo, poco se habla del impacto que este tipo de material ha tenido sobre las publicaciones editoriales, que están siendo incluso reemplazadas por formatos audiovisuales/editoriales que hacen más “atractiva” la difusión de la información.

El formato editorial clásico poco a poco va cediendo terreno y cada vez más son los medios impresos que van migrando a plataformas digitales en la web. Sin embargo, y desafortunadamente, sólo cambian de canal, pues los formatos siguen siendo, igual o incluso más planos. Si bien lo multimedial está intrínseco en estas plataformas, el uso del texto, imagen, vídeo y audio es poco atractivo. Es aquí donde el perfil del Comunicador Audiovisual y Digital (CAD) juega un papel importantísimo en la producción de contenidos editoriales cada vez más atractivos y de calidad, pues su capacidad de realización, sumada a la creatividad y fundamentos en el diseño, le permite la elaboración de productos con estándares de calidad mucho mayores. Esto teniendo en cuenta que su planeación es igual a la de un producto editorial como lo es la revista, pensando en que sus partes y secciones sean coherentes con su línea gráfica, explorando diagramaciones en las crónicas escritas (teniendo en cuenta que se presentan en cuerpos de texto y destacados), pensando en la legibilidad de los textos gracias a la selección de las tipografías y definiendo las jerarquías en el diseño en el momento de diagramar y organizar la información, pues la Revista Digital Dosis tiene el valor agregado de sus contenidos de expansión, que se planean de igual manera para que la edición de revista a presentar tenga una estructura y narrativa clara.

Una de las estrategias que un Comunicador Audiovisual y Digital (CAD) viene generando es la de los contenidos de expansión, productos propios del ecosistema virtual y digital, donde se aprovechan los diferentes formatos

visuales y sonoros al servicio de las historias que se cuentan de manera textual. Un contenido de expansión puede ser un podcast, un vídeo corto, una animación, una infografía o cualquier material gráfico o audiovisual que complemente el texto central.

Es así como la Revista Digital Interactiva Dosis es un claro ejemplo de cómo a través de la diagramación, la investigación, la creatividad y el uso adecuado de contenidos de expansión, un CAD puede aportar de manera significativa a la industria editorial.

Bibliografía

- Lara Navarra, P. & Martínez Usero, J. A. (2016). *La accesibilidad de los contenidos web*. Editorial UOC. <https://elibro-net.proxy.bidig.areandina.edu.co/es/lc/areandina/titulos/56357>
- Castro Tirado, M. Á. (2016). *Maquetación de productos editoriales: UF1461*. IC Editorial. <https://elibro-net.proxy.bidig.areandina.edu.co/es/lc/areandina/titulos/44091>
- Alcázar Jiménez, N. (2016). *Definición y diseño de productos editoriales (UF1904)*. IC Editorial. <https://elibro-net.proxy.bidig.areandina.edu.co/es/lc/areandina/titulos/44539>
- Grau, J. (2007). *Pensando en el usuario: la usabilidad*. Recuperado de <https://elibro-net.proxy.bidig.areandina.edu.co/es/lc/areandina/titulos/101195>.

Resumo: A revista digital interativa Dosis é uma estratégia didática utilizada pelo programa de Comunicação Audiovisual e Digital da Fundação Universitária del Área Andina para consolidar uma forma de ensino-aprendizagem de conhecimentos criativos, investigativos e disciplinares. Trata-se de um exercício teórico prático com o qual o aluno aborda com maior precisão a dinâmica de criação, produção e realização de um produto editorial colocado em funcionamento em uma plataforma digital e onde a produção audiovisual e digital é colocada a serviço da complementação do texto, criando assim uma experiência muito mais enriquecedora no nível da experiência do usuário.

Palavras-chave: Revista Digital - Comunicação Audiovisual - Produto Editorial - Digital.

Abstract: The interactive Digital Magazine Dosis is a didactic strategy used by the Audiovisual and Digital Communication program of the Fundación Universitaria del Área Andina, to consolidate a form of teaching-learning of creative, investigative and disciplinary knowledge. This is a practical theoretical exercise with which the student approaches with greater precision to the dynamics of creation, production and realization of an editorial product put into operation in a digital platform and where the audiovisual and digital production is put at the service of complementing the text, thus creating a much more enriching experience at the level of user experience.

Keywords: Digital Magazine - Audiovisual Communication - Editorial Product - Digital.

(*) **Diego Alexander García Gaviria:** Licenciado en Comunicación e Informática Educativas y Candidato a Magister en Comunicación

Audiovisual. Docente Investigador de la Fundación Universitaria del Área Andina. Grupo de Investigación DICART. Correo Electrónico: dgarcia140@areandina.edu.co **Franklin Molano Gaona:** Comunicador Social y Periodista, Magíster en Literatura. Docente Investigador de la Fundación Universitaria del Área Andina. Grupo de Investigación

DICART. Correo Electrónico: fmlano@areandina.edu.co **Liza Catalina Trujillo Giraldo:** Diseñadora Industrial, Especialista en Diseño Estratégico e Innovación, Maestrante en Innovación. Docente Investigador de la Fundación Universitaria del Área Andina. Grupo de Investigación DICART. Correo Electrónico: lctrujillo@areandina.edu.co

El diseño como herramienta inclusiva de lenguas originarias

Edith Milagros Tuerconza Maguiña (*)

Actas de Diseño (2024, octubre),
Vol. 47, pp. 130-134. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2022
Fecha de aceptación: agosto 2023
Versión final: octubre 2024

Resumen: El presente ensayo bosqueja una reflexión frente a la enseñanza del diseño de indumentaria y el poco acceso con igualdad de oportunidades al proceso de aprendizaje en la educación superior, a causa de invisibilizar las lenguas originarias. Esboza el contexto actual de no inclusión de dichos dialectos, manteniendo esa verticalidad en el proceso educativo.

Planteamos conceptos de diseño, discriminación, currícula y la enseñanza del diseño como herramienta de inclusión, capaz de maximizar las potencialidades tanto del discente como del docente, mediante el reconocimiento de los diversos lenguajes originarios, además de sugerir currículas flexibles según las necesidades de cada estudiante.

Palabras clave: Diseño - lenguas originarias - discriminación - inclusión - currículas.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 134]

En el transcurrir del siglo XX y lo que va del siglo XXI como latinoamericanos, siempre hemos sido descritos como un conjunto de países con un gran potencial cultural, pero este potencial es dejado de lado al momento de establecer los estándares en los contenidos del proceso de enseñanza y aprendizaje en la educación básica regular. Sin embargo, es en la educación superior, específicamente en la especialidad de diseño de indumentaria, en la que se ha podido demostrar que el vestuario es un agente formador de identidades. Así, el diseño permite sin duda alguna el perfeccionamiento de las capacidades y habilidades en los estudiantes, y el reto que debemos de asumir como docentes para potenciarlos es volver la mirada hacia sus orígenes, donde encontraremos a sus culturas como la llave del desarrollo que podría conducirnos hacia la plenitud de las potencialidades en cada uno de nuestros alumnos.

El diseño frente a la discriminación

En primer aspecto, compartiremos los planteamientos de Zimmermann (1988), quien afirma que el diseño es un oficio que carece de autorreflexión. Constituye una acción sin teoría, un pragmatismo sin conocimiento: se

hace, pero no sabemos con certeza qué se está haciendo (Zimmermann en Mussuto, 2007). Asimismo, también consideramos lo expresado por Bernis (1955): “el vestuario es por tanto un vehículo de información y un medio de clasificación, a la par que una manifestación externa de poder”.

Ahora, más allá de las polémicas palabras de los autores que muestran una realidad latente, debemos centrar las líneas del artículo en cómo el diseño se convierte en una herramienta frente a la discriminación.

En segundo aspecto, es necesario mencionar el concepto de discriminación, que, según la RAE, se refiere al acto de división desigual de grupos diferentes, ya sea por características raciales, doctrinas, ideología, política, géneros o por una discapacidad física o mental. Sin embargo, este concepto puede ir mucho más en profundidad, pues no sólo existe un patrón de discriminación, sino que muchas personas han encontrado a lo largo de los años diferentes subramas que afectan a la sociedad de una manera u otra. Por otra parte, los estudiantes oriundos de las provincias intentan invisibilizar su lenguaje al igual que su indumentaria tradicional, conscientes de la discriminación a las que pueden ser sometidos. Como resultado de dicha marginación social, lamentablemente deben renunciar a su cosmovisión y, por ende, a su identidad, con la única