

Diseño de revistas científicas electrónicas

Límites y posibilidades del gestor OJS

Adela Ruiz, Eugenia Rojido, Pablo Marco

Bold (N.º 3), pp. 20-31, octubre 2016

ISSN 2524-9703

Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata

Diseño de revistas científicas electrónicas

Límites y posibilidades del gestor OJS

Design of electronic scientific magazines
Boundaries and possibilities of the server OJS

Adela Ruiz - adelaruiz@perio.unlp.edu.ar

Taller de Edición Técnica. Facultad de Periodismo
y Comunicación Social

Universidad Nacional de La Plata. Argentina

Eugenia Rojido - conceptodc@gmail.com

Taller de Diseño en Comunicación Visual V.B.
Facultad de Bellas Artes

Universidad Nacional de La Plata. Argentina

Pablo Marco - pabloamarco@gmail.com

Taller de Edición Técnica. Facultad de Periodismo
y Comunicación Social

Universidad Nacional de La Plata. Argentina

Recibido: 11/03/2016 Aceptado: 17/06/2016

Abstract

In this article we describe and explain the process of visual and editorial redesign carried out by the professional team from the Scientific Publications Department of the Journalism and Social Communication Faculty of the National University of La Plata in the websites of electronic scientific magazines that the Faculty publishes through the server and editorial administrator *Open Journal Systems* (OJS). To achieve this, we analyze the marks, heads, backgrounds, institutional places and covers of the publications that are currently online in the *Portal of Magazines of Journalism and Communication*.

Resumen

En el trabajo se describe y se fundamenta el proceso de rediseño visual y editorial llevado a cabo por el equipo de profesionales de la Dirección de Publicaciones Científicas (DPC) de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPYCS) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) en los sitios de las revistas científicas electrónicas que publica la unidad académica mediante el gestor y administrador editorial *Open Journal Systems* (OJS). Se analizan, para esto, las marcas, los encabezados, los fondos, los espacios institucionales y las portadas de las publicaciones que actualmente se encuentran en línea en el *Portal de Revistas de Periodismo y Comunicación*.

Keywords

Design; magazines; scientific; electronic

Palabras clave

Diseño; revistas; científicas; electrónicas



Esta obra está bajo una
Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercialSinDerivar
4.0 Internacional

Para asesorar y para contribuir con las tareas de producción y de gestión editorial de las revistas científicas y académicas que publica la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPYCS) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), en julio de 2014 se creó la Dirección de Publicaciones Científicas (DPC), un espacio dependiente de la Secretaría de Investigaciones Científicas. Para cumplir con estos objetivos, los profesionales¹ que integran este ámbito colaboran en las diferentes etapas del proceso de producción editorial, que se inicia luego de que los artículos son aceptados para su publicación (lo que comprende las tareas de revisión de estilo, de diseño y diagramación, de corrección de pruebas y, en algunos casos, de puesta en línea del número) y asesoran a los equipos editoriales sobre los requerimientos que plantean los principales organismos de evaluación y de acreditación de publicaciones.² Desde 2015, estas tareas incluyen, además, la administración y la gestión del *Portal de Revistas de Periodismo y Comunicación* (<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/index/index>), el sitio que reúne y que ofrece un acceso unificado a la totalidad de las publicaciones periódicas que edita la institución.

Las publicaciones: estado de situación

En la actualidad, la FPYCS edita trece publicaciones periódicas. De ellas, ocho son revistas científicas (*Oficios Terrestres*, *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, *Anuario de investigaciones*, *Extensión en red*, *Cuadernos de H ideas*, *Question*, *Improntas de la historia y la comunicación*, y *Con X*), cuatro son académicas (*Trampas de la comunicación y la cultura*, *Actas de periodismo y comunicación*, *Letras y Entrelíneas de la comunicación política*) y una es cultural (*Maíz*). Exceptuando esta última, que también se publica en soporte impreso, todas se editan únicamente en soporte electrónico [Tabla 1].

¹ El equipo de trabajo se encuentra a cargo de la licenciada Adela Ruiz y está integrado por los licenciados en Comunicación Social Sandra Oliver, Pablo Marco y Cecilia Mazzaro, y por la Diseñadora en Comunicación Visual Eugenia Rojido, todos egresados de la Universidad Nacional de La Plata.

² Entre ellos, LATINDEX (Sistema regional de información en línea para revistas científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal) y REDALYC (Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal).

REVISTAS EDITADAS POR LA FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL (UNLP)	
CIENTÍFICAS	
Oficios Terrestres	Institucional
Revista Argentina de Estudios de Juventud	Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios
Extensión en red	Secretaría de Extensión
Cuadernos de H ideas	Laboratorio de Estudios en Comunicación, Política y Sociedad (LECPYS)
Question	Instituto de Investigación en Comunicación (IICOM)
Anuario de investigaciones	Secretaría de Investigaciones Científicas
Improntas de la historia y la comunicación	Centro de Estudios en Historia / Comunicación / Periodismo / Medios
Con X	Especialización en Comunicación Social, Periodismo y Género
ACADÉMICAS	
Tram[p]as de la comunicación y la cultura	Secretaría de Investigaciones Científicas
Actas de periodismo y comunicación	Institucional
Letras	Centro de Investigación en Lectura y Escritura (CILE)
Entrelíneas de la comunicación política	Centro de Investigación en Economía Política y Comunicación (CIEPYC)
CULTURAL	
Maíz	Institucional

Tabla 1.
Revistas editadas por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Del total de revistas en funcionamiento, nueve se administran y se publican mediante el gestor *Open Journal Systems* (OJS), un software libre desarrollado por el *Public Knowledge Project*³ (PKP), organismo dedicado al aprovechamiento y al desarrollo de las nuevas tecnologías para el uso en investigación académica. En este trabajo se da cuenta de las tareas de rediseño visual y editorial llevadas a cabo en los sitios de las nueve revistas que se administran mediante el gestor OJS y de la consecuente actualización de los entornos, del planteo de las portadas que se actualizan con cada nueva edición, y del desarrollo y la administración del *Portal de Revistas de Periodismo y Comunicación*.

Las publicaciones: estado de situación

Las intervenciones realizadas en los sitios de las revistas que se encontraban en línea y la producción completa de los sitios de las revistas nuevas comprendieron: el ajuste o el rediseño de las marcas existentes y el diseño de marcas nuevas, el rearmado o la composición completa de los encabezados y, en todos los casos, la producción de los fondos.

Las marcas

En todos los casos, el primer paso de la intervención en el rediseño visual de los sitios consistió en actualizar

³ Proyecto para el conocimiento público.

las marcas o identificadores (Chávez & Bellucia, 2003) de las diferentes revistas. Esto supuso, en el caso de las revistas existentes, la actualización o el rediseño completo de las marcas (*Oficios Terrestres*,⁴ *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, *Anuario de investigaciones*, *Extensión en red* y *Cuadernos de H ideas*); y en el caso de las revistas nuevas, el planteo de un nuevo diseño (*Improntas de la historia y la comunicación*, *Con X*, *Actas de periodismo y comunicación*).

Los encabezados

Una vez actualizadas y/o planteadas, las marcas se montaron sobre el espacio que fue definido para contener el encabezado de las revistas y al cual se llegó a partir de la intervención sobre el código HTML del sistema. Producto de esta personalización se estableció un sector de 1024 pixeles de ancho por 205 pixeles de alto que se dividió, a su vez, en dos zonas diferenciadas: una etiqueta principal (de 724 pixeles de ancho por 205 pixeles de alto) y una secundaria (de 300 pixeles de ancho por 205 pixeles de alto).

En todos los casos, se trabajó un entorno que reviste de elementos (visuales e informativos) y de formas de composición comunes: la textura utilizada para el fondo, la ubicación y el procesamiento visual de la marca y la disposición de los elementos que identifican tanto a la revista como a la unidad académica.

Para el primer espacio, destinado a la identificación de la revista, se plantearon fondos texturados –que responden, en cada caso, al color predominante en la marca de la revista–, delimitados por un filete inferior, de color azul institucional, que interviene como apoyatura y que separa este espacio del menú de navegación horizontal. La disposición de los elementos adopta siempre la misma distribución: sobre el margen izquierdo, y de manera destacada, se recorta la marca de la publicación; sobre el margen derecho, y separados por un filete vertical, se consignan los datos técnicos específicos: el alcance disciplinar y el número de ISSN (Giordanino, 2010).⁵

Para el segundo espacio se generó una etiqueta blanca, a modo de tarjeta vectorial, que contiene la marca de la Facultad en su versión positiva (en este caso, sin incorporación de vínculos, ya que el sistema no lo permite). La articulación de este recurso con el espacio mayor del encabezado se establece a partir del punto que ofrece la etiqueta, que adopta el color predominante en la marca y que es el mismo que se utiliza en el menú de navegación horizontal [Figura 1].

⁴ En el caso de *Oficios Terrestres*, por ejemplo, la actualización del signo identificador se orientó a lograr la síntesis máxima mediante la fusión de las letras *f* e *i* para conseguir una ligadura entre sus partes (Kane, [2005] 2012).

⁵ En nuestro país, este número lo otorga el Centro Argentino de Información Científica y Tecnológica (CAICYT).



Figura 1. Marcas y encabezados originales y posteriores al rediseño visual y editorial

Los fondos

Si bien los estilos predeterminados por el sistema ofrecen opciones predefinidas que tienen variedad de colores para utilizar en los encabezados, no sucede lo mismo con los fondos, que siempre son blancos. Por esa razón, en forma simultánea al rediseño de los encabezados existentes o al planteo de los encabezados nuevos, se trabajó en el diseño de los fondos a ser utilizados en cada uno de los sitios.

La personalización del código HTML, sin embargo, permitió utilizar imágenes para que actúen como fondo de todo el sitio. Para todos los casos, se utilizaron imágenes de 1900 píxeles de ancho por 1500 píxeles de alto que se configuran como fijas (es decir, que no se desplazan junto con el sitio) y que, al duplicarse hacia los extremos izquierdo y derecho, se constituyen como un patrón de textura.

En cuanto a la composición, se decidió generar fondos a partir del color predominante de la marca en cuestión

y de dos elementos unificadores principales: una trama fija lineal que funciona como textura y recursos vectoriales variables vinculados a las líneas predominantes en cada marca. Cada una de ellas reviste, a su vez, un tratamiento visual compuesto a partir de transparencias que permiten que el entorno no interfiera con el proceso de lectura del usuario [Figura 2].



Figura 2.
Nuevo entorno completo de la revista *Oficios Terrestres*

La actualización de los entornos

El montaje de los nuevos entornos, que por cada revista se realizó en un solo paso, incluyó: la incorporación del encabezado completo y la inclusión del fondo, el armado del pie institucional y el ajuste de las herramientas de navegación (menú horizontal superior y columna vertical derecha) [Figura 2]. A esto se sumó, el reemplazo del *favicon* existente por el diseñado para cada revista y el cambio de color de la barra de navegación superior y de todos los hipervínculos que ofrecen los sitios.

La incorporación de encabezados y de fondos

La personalización del código HTML permitió ubicar una imagen en el espacio definido para el encabezado y otra imagen en el espacio definido para el fondo del sitio. Esta última se diseñó a partir de la premisa de generar sensación de continuidad y se logró mediante

la duplicación de la imagen hacia los lados, de modo tal que, independientemente de las medidas de la pantalla en la que se visualice, siempre se cubra el espacio de fondo con la trama dispuesta.

El armado de pies institucionales

En línea con los requerimientos que fijan para estos espacios los organismos de información científica, se normalizaron tanto la composición como el tipo de datos que se ofrecen en los pies institucionales las revistas: en el primer bloque se agruparon las referencias específicas a cada publicación (nombre, enfoque y alcance, URL, ISSN y periodicidad); en el segundo, los datos editoriales y de contacto de la revista (unidad editora, si corresponde, Facultad y Universidad, dirección postal, ciudad, provincia, teléfono y correo de la publicación).

En cada caso, estos espacios adoptaron como color de fondo el color predominante de la marca de la revista. Por fuera de este zócalo –que se mantiene fijo durante todo el proceso de navegación de la revista– se ubicó el logo institucional, también en su versión positiva y con los colores institucionales. A diferencia de lo que sucede con la marca incluida en el encabezado, en este espacio sí fue posible vincular la imagen al sitio oficial de la unidad académica.

Junto con la normalización de la información contenida en estos espacios, en todas las revistas se regularizó la indicación de las licencias Creative Commons (CC) –que fueron actualizadas a la última versión disponible (la 4.0 internacional)– y se unificó su ubicación, por fuera y por debajo de los zócalos institucionales [Figura 2].

El ajuste de las herramientas de navegación

El menú horizontal superior fue el menos intervenido, en gran medida, por las limitaciones que presenta el sistema para modificar este espacio. Los principales ajustes responden a la eliminación de botón «Avisos», que en la mayor parte de las revistas carece de actualización, y a la incorporación del botón «Sitio anterior», en el caso de aquellas publicaciones que contaban con sitios previos a la adopción del OJS. A esto se sumó la opción por la cual al pasar el cursor por los distintos botones estos se destacan con un color diferente, lo que permite distinguirlos con mayor facilidad durante el proceso de navegación.

La columna de navegación vertical, por el contrario, ofrece más posibilidades de modificación. Mediante

la intervención del código HTML, los ajustes que se hicieron en este caso se aplicaron a todas las revistas: se adaptó el ancho a la medida de la etiqueta que en el encabezado contiene la marca institucional, se sistematizó el color gris como fondo y se ajustaron los interlineados, las tipografías y los espacios de navegación.

La principal modificación que se realizó en esta columna fue la incorporación de un *banner* que ofrece, de manera visible y clara, el vínculo a la información sobre cómo enviar contribuciones, lo que facilita el acceso a una opción que en el menú estándar requiere de un recorrido menos intuitivo.

Puede mencionarse, por último, la incorporación, al pie de cada texto publicado, de los botones que permiten a los usuarios compartir los artículos en diferentes redes sociales.

El reemplazo del *favicon* y de los hipervínculos

Una vez que se actualizaron los aspectos estructurales de los sitios, las intervenciones continuaron sobre aquellos aspectos que contribuyen a la funcionalidad y a la navegabilidad de las publicaciones. Entre ellos, puede mencionarse el diseño y la incorporación del *favicon*⁶ de cada revista en el encabezado de la pestaña correspondiente.

Este icono, que permite identificar visualmente una web en la barra de favoritos, se diseñó a partir de la primera letra del nombre de la publicación y fue compuesto mediante la inversión de los colores utilizados en la marca.⁷

Por último, se cambió el color de todos los hipervínculos al color predominante en la marca en cada revista y se quitó el subrayado que los caracteriza, lo que incluyó a los títulos de los artículos que integran la tabla de contenidos de cada edición y al que se accede mediante la opción «Actual».



⁶ Palabra que se forma a partir de los términos en inglés «Favorite» e «Icon».

⁷ Los casos en los que se utilizó otro sistema fue porque la marca de la revista acentúa otra letra de su nombre –como sucede en *Question*– o porque este se compone de una conjunción de letras –como sucede en *Revista Argentina de Estudios de Juventud*–.

El diseño de las portadas

En aquellas revistas en las que el equipo de la DPC participa del proceso de producción editorial de sus números (mediante la revisión de estilo, el diseño de los artículos y la consecuente corrección de pruebas), el proceso finaliza con el diseño de una portada que se incorpora en la home del sitio de la revista para presentar la última edición publicada.

Para las revistas que ofrecen una organización temática de sus contenidos (*Oficios Terrestres*, *Revista Argentina de Estudios de Juventud y Con X*), se diseñó una portada estructurada en torno al eje que abordan los artículos de las secciones principales; en el resto, se trabajó sobre los aspectos que, en cada caso, se consideraron más significativos para resaltar: las palabras clave de los artículos (*Extensión en red*), los títulos de los trabajos (*Improntas de la historia y la comunicación*), los espacios en los cuales se inscriben las investigaciones que dan origen a los textos (*Anuario de investigaciones*) y las actividades científicas y académicas que motivaron la publicación de la edición (*Actas de Periodismo y Comunicación*).⁸

Si bien en una primera instancia el diseño de las portadas se realizó en un formato similar al utilizado por las publicaciones impresas, finalmente, se optó por una pieza de 784 píxeles por 590 píxeles que se ajusta en ancho al espacio principal de la *home* y en alto a la medida que permite visualizarla de manera completa cuando se accede al sitio.

En todos los casos, se optó por portadas de texto (Zappattera, 2007), en cuya composición visual se destaca el número de la última edición publicada. Al igual que en las revistas impresas, se incluye un espacio destinado a ofrecer los datos formales de la publicación (nombre, ISSN, fecha, número y datos de la entidad editora) [Figura 3].

El empleo de portadas –que en función de las posibilidades de publicación que ofrece el sistema resulta optativo⁹– aporta como ventaja la posibilidad de contar con piezas comunicacionales para ser utilizadas en la difusión de los números en las redes sociales y académicas, y por medio de los espacios y de las vías institucionales de comunicación (portal de revistas, portal institucional, boletines informativos, listas de correos, entre otros).



Figura 3.

En cada revista las portadas adoptan diferentes criterios de organización: el tema, los artículos, los espacios de investigación o las actividades científicas que organizan o que motivan la edición del número

⁸ En la actualidad, el equipo se encuentra trabajando en una propuesta para la revista *Cuadernos de H ideas*, cuyos editores solicitaron para el sitio el diseño de una portada fija que refleje el alcance y el área de interés de la revista, pero que no requiera de ser modificada cada vez que se publica un nuevo número.

⁹ El sistema ofrece la posibilidad de que en la *home* de la revista aparezca directamente el índice del último número publicado.

El desarrollo del Portal de revistas

En octubre de 2015 se puso en línea el *Portal de Revistas de Periodismo y Comunicación*, un sitio que reúne y que ofrece el acceso a todas las revistas científicas y académicas que se editan desde diversos espacios de la Facultad [Figura 4]. Ubicado en la home del sitio institucional de la unidad académica (www.perio.unlp.edu.ar), el portal se desarrolló mediante las posibilidades que brinda el sistema OJS.¹⁰

De las plantillas disponibles, se optó por un esquema que permite listar las publicaciones y ofrecer, en cada caso, una imagen identificatoria y un breve texto explicativo. Para el primer caso, se decidió utilizar una imagen que se mantiene fija –es decir, que no se modifica en función de la tapa que se diseñe para cada edición– y que se construyó a partir de la letra que identifica a la publicación, compuesta, al igual que el *favicon*, por la inversión de los colores de la marca. Para el segundo, se elaboró un texto que ofrece una breve descripción del enfoque y del alcance temático de cada revista y un detalle de sus principales características editoriales (periodicidad, unidad editora y período de convocatoria).

Como principal ventaja, la construcción del Portal a partir de las posibilidades que brinda este sistema determina que todas las publicaciones que se administran mediante OJS se incorporen al listado de manera automática; que se ofrezca de manera directa el acceso a la revista, al último número puesto en línea y al registro en calidad de autor o de lector; y que su disposición pueda modificarse cada vez que una revista publica una nueva edición. La desventaja, en tanto, se encuentra en el hecho de tener que generar un espacio que, mediante la simulación del modo en el que se incorporan las revistas realizadas con este gestor, permita incluir aquellas que utilizan otros sistemas de administración y de publicación (esto es lo que determina que su ubicación en el portal no pueda modificarse y se mantenga siempre fija).¹¹

El desarrollo del Portal incluyó, además, la incorporación de una galería de imágenes mediante la cual la DPC difunde las novedades, los lanzamientos y las convocatorias, para ponerlas al alcance de los investigadores, de los docentes y de los estudiantes de la Facultad, así como de todos los actores externos interesados en conocer y en participar mediante sus contribuciones de las publicaciones institucionales (Olave Arias, 2010; Fonseca Mora & Aguaded Gómez, 2014).¹²

¹⁰ Se trata del mismo gestor de publicaciones que en la Argentina implementó el CAICYT para desarrollar el Portal de Publicaciones Científicas y Técnicas mediante el cual se logró sistematizar el seguimiento de las revistas científicas que se editan en nuestro país.

¹¹ Tal es el caso de las revistas *Tram[pi]as de la comunicación y la cultura*, *Letras y Maíz*, que si bien simulan una incorporación similar a las publicaciones administradas mediante OJS están incluidas en el espacio que la plantilla ofrece para el pie de la home del portal.

¹² Al momento de preparación de este artículo se está trabajando para ampliar el formato de este espacio.



FACULTAD DE PERIODISMO
Y COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

PORTAL DE REVISTAS DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN

INICIO | BUSCAR

DPC DIRECCIÓN DE PUBLICACIONES CIENTÍFICAS

Ámbito que brinda asesoramiento y asistencia a los equipos editoriales para la producción y la gestión de las revistas científicas y académicas en soporte electrónico de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata | Buenos Aires | Argentina

NÚMERO ESPECIAL

RELANZAMIENTO de la revista



NOVEDADES | LANZAMIENTOS | CONVOCATORIAS | ACTIVIDADES

A 40 años del

GOLPE DE ESTADO

NÚMERO ESPECIAL

NÚMERO ESPECIAL

A

Actas de Periodismo y Comunicación

Revista que contiene las exposiciones y los trabajos presentados en los congresos, encuentros y jornadas que organiza la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. ISSN 2469-0910

[VER REVISTA](#) | [NÚMERO ACTUAL](#) | [REGISTRARSE](#)

Periodicidad: anual
Unidad editor: Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Convocatoria: por evento académico

A

Anuario de investigaciones

Revista destinada a visibilizar la producción de conocimiento que realizan desde distintos ámbitos investigadores, becarios, docentes y tesis de la Facultad. ISSN 2408-3992

[VER REVISTA](#) | [NÚMERO ACTUAL](#) | [REGISTRARSE](#)

Periodicidad: anual
Unidad editor: Secretaría de Investigaciones Científicas
Convocatoria: permanente (cierra de edición: octubre)

O

Oficios Terrestres

Revista que se propone como un espacio para la discusión de problemáticas relacionadas con el campo de las ciencias sociales, desde la comunicación y la cultura. ISSN 1689-2240

[VER REVISTA](#) | [NÚMERO ACTUAL](#) | [REGISTRARSE](#)

Periodicidad: semestral
Unidad editor: Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Convocatoria: permanente (cierra de edición: junio y noviembre)

R

Question

Revista que tiene por objetivo la publicación de estudios teóricos, empíricos y metodológicos en el área de investigación en periodismo, comunicación y cultura. ISSN 1689-0581

[VER REVISTA](#) | [NÚMERO ACTUAL](#) | [REGISTRARSE](#)

Periodicidad: trimestral
Unidad editor: Instituto de Investigaciones en Comunicación
Convocatoria: estacional (cierra: marzo, junio, septiembre, diciembre)

X

Con X

Revista dirigida a dar cuenta de las discusiones emergentes sobre problemáticas vinculadas a los estudios de género, desde diferente enfoques teóricos y metodológicos. ISSN 2469-0323

[VER REVISTA](#) | [NÚMERO ACTUAL](#) | [REGISTRARSE](#)

Periodicidad: anual
Unidad editor: Esp. en Comunicación Social, Periodismo y Género
Convocatoria: permanente (cierra de edición: septiembre)

I

Improntas

Revista orientada a proponer el debate sobre problemáticas vinculadas con la exploración transdisciplinar de los procesos comunicacionales desde un enfoque histórico. ISSN 2469-0457

[VER REVISTA](#) | [NÚMERO ACTUAL](#) | [REGISTRARSE](#)

Periodicidad: bianual
Unidad editor: CDECCOPDNE
Convocatoria: permanente (cierra de edición: mayo y noviembre)

juv

Revista Argentina de Estudios de Juventud

Revista enfocada en promover el diálogo entre las investigaciones sobre estudios de juventud de Argentina con la producción latinoamericana y de otras latitudes. ISSN 1852-4907

[VER REVISTA](#) | [NÚMERO ACTUAL](#) | [REGISTRARSE](#)

Periodicidad: anual
Unidad editor: Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios
Convocatoria: permanente (cierra de edición: octubre)

e

Extensión en red

Revista que promueve la difusión de trabajos resultantes de la producción académica y de la reflexión sobre experiencias vinculadas a la extensión universitaria. ISSN 1852-9569

[VER REVISTA](#) | [NÚMERO ACTUAL](#) | [REGISTRARSE](#)

Periodicidad: anual
Unidad editor: Secretaría de Extensión
Convocatoria: permanente (cierra de edición: septiembre)

H

Cuadernos de H Ideas

Revista orientada a la publicación de investigación original relacionada con la comunicación social y con las disciplinas que contribuyen a enriquecer el campo. ISSN 2313-9048

[VER REVISTA](#) | [NÚMERO ACTUAL](#) | [REGISTRARSE](#)

Periodicidad: anual (diciembre)
Unidad editor: Lab. de Estudios en Comunicación, Política y Sociedad
Convocatoria: permanente (cierra de edición: noviembre)

[p]

Tram[pl]as de la comunicación y la cultura

Revista que busca reflejar la producción colectiva y plural de conocimientos sobre los saberes y las prácticas que atraviesan el dinámico y complejo campo de la comunicación. ISSN 2314-224X

[VER REVISTA](#)

Periodicidad: semestral
Unidad editor: Secretaría de Investigaciones Científicas
Convocatoria: por edición

L

Letras

Revista del Centro de Investigación en Lectura y Escritura sobre lectura y escritura en la educación, en el campo profesional, en el arte y en los medios. ISSN 2524-938X

[VER REVISTA](#)

La sección arbitrada BOLD EATS ofrece la profundización de los debates y la presentación de avances y de resultados de investigación en clave científica

m

Maíz

Revista periodística que articula la cultura y la política desde una perspectiva situada en los procesos históricos y sus tensiones de época. ISSN 2314-1131

[VER REVISTA](#)

Las diversas ediciones cristalizan el compromiso con la consolidación de un paradigma comunicacional en clave nacional, popular y latinoamericana

DPC DIRECCIÓN DE PUBLICACIONES CIENTÍFICAS
SECRETARÍA DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS
FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Avenida 44 N.º 676 | La Plata | Buenos Aires | Argentina
Tel.: +54 221 4224090 Int. 114
direccion.publicaciones@perio.unlp.edu.ar
www.perio.unlp.edu.ar | [facebook](#) | [twitter](#)

Hecho con Open Journal Systems
obra bajo Licencia Creative Commons Atribución NoComercial SinDerivar 4.0 Internacional

Figura 4.
El Portal concentra el acceso a todas las revistas que se editan en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP

Conclusiones

Desde su creación, la Dirección de Publicaciones Científicas busca fortalecer la política institucional de producción editorial de las publicaciones científicas y académicas, de frecuencia periódica, que reflejan las líneas prioritarias de investigación y de trabajo que se sostienen y se promueven desde diversos ámbitos de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Como se describió en este trabajo, las actividades y las intervenciones realizadas sobre los aspectos vinculados al diseño visual y editorial de los sitios de las revistas como del Portal que las reúne apuntaron a alcanzar los siguientes objetivos:

- Fortalecer la referencia institucional mediante la unificación de la marca de la unidad académica a su versión oficial y de su ubicación, de forma visible y normalizada, en los lugares destinados a brindar información institucional (especialmente, en los casos en los que las revistas son publicadas por unidades editoras menores).
- Consolidar y potenciar una identidad editorial institucional por medio de la intervención y del planteo en sistema de los criterios de identidad visual reconocibles en los espacios que conforman los entornos de las diferentes publicaciones, a fin de que todas las revistas electrónicas sean identificadas como parte de un todo tanto hacia el interior como hacia el exterior de la institución.
- Cumplir con los requerimientos editoriales específicos del género a través de la incorporación de los datos formales que son exigidos para este tipo particular de revistas (enfoque y alcance, ISSN, periodicidad, URL, unidad editora, licencias de uso, entre otros) en los espacios destinados o brindar información institucional (encabezados, pies institucionales y portadas).
- Facilitar la navegación y el acceso a los contenidos por medio de planteos editoriales atractivos y amigables que favorezcan el ingreso, el recorrido y el uso de los sitios, así como el acceso a las informaciones destinadas a los lectores y, en especial, a los autores (pautas de presentación de artículos, mecanismos de registro y de envío, bases de datos que contienen a la publicación, licencias de uso de los materiales, entre otras).
- Incrementar la visibilidad de las revistas científicas que edita la institución a partir del desarrollo de un portal específico que las reúne y que concentra en un solo lugar el acceso a todas las publicaciones y las informaciones a ellas referidas (puesta en línea de nuevas ediciones, lanzamientos de nuevas revistas, convocatorias, lanzamientos, incorporación a bases de datos, entre otras).
- Ampliar la difusión y la circulación de los artículos por medio del trabajo con diferentes redes sociales y académicas (Facebook, Twitter, Academia.edu, ResearchGate, entre otras).

Referencias bibliográficas

Chávez, Norberto; Belluccia, Raúl (2003). *La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Buenos Aires: Paidós.

Giordanino, Eduardo Pablo (2010). *Técnicas de registro y organización de materiales editoriales*. Buenos Aires: Santiago Arcos.

Kane, John [2005] (2012). *Manual de tipografía*. Barcelona: Gustavo Gili.

Zappaterra, Yolanda (2007). *Diseño editorial. Periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili.

Referencias electrónicas

Fonseca Mora, María del Carmen; Aguaded Gómez; José Ignacio (2014). «Las revistas científicas como plataformas para publicar la investigación de excelencia en educación: estrategias para atracción de investigadores». *Relieve*, 20 (2), pp. 1-11 [en línea]. Consultado el 6 de junio de 2016 en <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4906475&orden=1&info=link>>.

Olave Arias, Giohanny (2010). «La publicación de artículos científicos en revistas especializadas: preguntas y recomendaciones». *Páginas de la UPCR* (N.º 88), pp. 65-88 [en línea]. Consultado el 6 de junio de 2016 en <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4897809.pdf>>.

Xalabarder Plantada, Raquel (2006). «Las licencias Creative Commons, ¿una alternativa al copyright?». *UOC Papers: revista sobre la sociedad del conocimiento* (N.º 2) [en línea]. Consultado el 6 de junio de 2016 en <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1971008.pdf>>.