

56
2 EJ



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**LAS FUNCIONES DEL EDITOR EN UNA
REVISTA ESPECIALIZADA,
EL CASO DE CONSULTORIO FISCAL**

**TESINA PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A :
MARIA ELENA HERNANDEZ HUERTA**



MEXICO, D. F.

1995

FALLA DE ORIGEN

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DIRECTORA DE TESINA:

LIC. VIRGINIA ESTELA REYES CASTRO

SINODALES

Lic. Virginia Estela Reyes Castro

Lic. Elvira Hernández Carballido

Lic. María Lulsa Castro Agullar

Lic. Nora Santacruz Chavando

Lic. Enrique Olivares Flores

***A todos y cada uno de ellos
Gracias por sus observaciones,
tiempo y apoyo.***

 **Agradecimientos:** 

A mis padres

Rolando y Gloria Elena por el cariño, esfuerzo y paciencia que han tenido al formar a tres universitarios.

A Orlando y Horacio por ser excelentes hermanos y profesionales en sus respectivas disciplinas.

A mis extraordinarios amigos, Agustín, Angélica, Eduardo y Juan Luis por sus comentarios y ayuda para la culminación de este trabajo.

INDICE

Introducción	1
--------------------	---

Capítulo 1.

Medios de Comunicación Impresos (Revistas)

1.1 Breve historia de las revistas en México	4
1.2 Clasificación de las revistas	7
1.3 Funciones de un Editor	12
1.4 Funciones del Editor Especializado, el caso de <i>Consultorio Fiscal</i>	25

Capítulo 2.

Publicaciones de la Facultad de Contaduría y Administración-UNAM

2.1 Antecedentes de las publicaciones de la Facultad de Contaduría y Administración	30
2.1.1 <i>Contaduría y Administración</i>	35
2.1.2 Boletín Interno	38
2.1.3 <i>Noti-Anfeca</i>	39
2.1.4 <i>Emprendedores</i>	41
2.2 El programa Consultorio Fiscal	42
2.2.1 Consultorio Fiscal por televisión	42
2.2.2 La revista <i>Consultorio Fiscal</i>	44
2.2.3 Consultorio Fiscal por radio	46
2.2.4 Otras actividades del Programa Consultorio Fiscal	46

Capítulo 3.

Participación del Editor en la Producción Editorial de la revista *Consultorio Fiscal*

3.1 Consejo Editorial	50
3.2 Dirección Técnica	51
3.3 Presentación de originales	53
3.4 Tipografía	57
3.5 Diagramación y formación	62
3.6 Primeras, segundas pruebas y contrapruebas	64
3.7 Publicidad	73
3.8 Elaboración de forros	75
3.9 Negativos e impresión	79

Conclusiones	82
--------------------	----

Bibliografía	85
--------------------	----

Introducción

El presente trabajo tiene como finalidad señalar, de forma muy sencilla, pero lo más completa posible, las funciones que todo Editor realiza dentro de la producción de una revista. En particular, se analizó la tarea del Editor en la revista especializada *Consultorio Fiscal*, producida por la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.

Es pertinente aclarar que para el desarrollo de este trabajo se combinó método deductivo e histórico, lo cual facilitó el camino para concluirlo.

En el primer capítulo de esta tesis se aborda, de forma breve, el surgimiento y desarrollo de las revistas en México y cómo es la clasificación de las mismas. También se destacan las funciones que el Editor ha desarrollado a lo largo de la historia y cuáles son las actividades que actualmente realiza dentro de la Producción Editorial.

Así, en este apartado se toma como referencia al Editor español, ya que existe poca bibliografía respecto al caso del Editor mexicano; sin embargo, esto sirvió de referencia para tener una visión más completa de lo que un Editor ha realizado para lograr la connotación con la que se le conoce actualmente. Es prudente aclarar que no se

profundiza ni en la historia de las revistas en México, ni su clasificación, ya que, para efectos del presente trabajo, sólo se requiere dar un marco histórico y social que ayude a ubicar el tema de estudio.

Sólo se agregan, en ese primer capítulo, las características que debe reunir el Editor Especializado, para lo cual se tomó el caso concreto de la revista **Consultorio Fiscal**, ya que en su proceso de producción quedan perfectamente definidas las funciones del mencionado Editor Especializado.

En el segundo capítulo se aborda la historia de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) y, con ella, la de sus publicaciones; cabe hacer notar que uno de los rubros donde mayor énfasis ha puesto la FCA para su mejor desarrollo y nivel profesional, es el de la producción editorial, a la que considera base de la evolución científica y social.

Por lo anterior, se presenta una reseña de la historia de cada una de las revistas con que cuenta la FCA, las cuales son: **Contaduría y Administración**, **Empendedores**, **Noti-ANFECA**, **Gaceta de la Facultad de Contaduría y Administración** y **Consultorio Fiscal**; obviamente de esta última, tema de estudio del presente trabajo, se dan mayores detalles acerca de sus orígenes y motivos que la ubican como revista especializada y considerada pionera dentro de su género.



En el tercer capítulo, parte esencial de esta tesina, y en el cual se logran amalgamar teoría y práctica, se describen cada una de las etapas del Proceso Editorial de **Consultorio Fiscal**; desde que se obtiene un artículo para publicar en la revista, hasta el momento en que éste queda impreso en la misma.

En síntesis, este trabajo pretende destacar las funciones que todo Editor debe realizar dentro de la Producción Editorial de una revista especializada.

1.1.- Breve historia de las revistas en México

La base de la prensa escrita no nace en el periódico diario sino que se desarrolla por medio de las gacetas, mismas que se interpretan como publicaciones tipo revistas primitivas y, de éstas, es como surge la prensa diaria, sin que el tipo de gaceta pierda su evolución y su importancia como un medio periodístico.

En México, el primer impreso de carácter informativo que se conoce, apareció en 1541.(1) Constaba de cuatro hojas en cuarto, impreso en la letra gótica e informaba sobre lo ocurrido en la ciudad de Guatemala la noche del 10 al 11 de septiembre del mismo año. A partir de entonces, y durante todo el periodo colonial, aparecieron este tipo de publicaciones referentes a sucesos importantes, mismas que se conocieron como "Hojas Volantes".

LAS GACETAS

Posteriormente, en 1722, apareció en México la primera gaceta llamada Gaceta de México, que se editó

(1) Ochoa C. Moisés. *Reseña histórica del periodismo mexicano* p.29

mensualmente durante seis meses por el doctor Juan Ignacio María Castorena y Urzúga y Coyeneche. Esta edición salió con cuatro hojas en cuarto, es decir, a ocho páginas.

Después, en el año de 1728, Juan Francisco Sahagún de Arévalo inició la segunda etapa de la **Gaceta de México** y logró sostenerla durante once largos años. De forma paralela, existieron diversas gacetas que mantenían informado al país sobre los acontecimientos más importantes; sin embargo, ninguna alcanzó la importancia que tuvo en su momento la **Gaceta de México**.

REVISTA RENACIMIENTO

En 1869, Ignacio Manuel Altamirano inicia la época de las revistas literarias, con la aparición de la revista **Renacimiento**, en la cual logró reunir a escritores de todas las tendencias ideológicas. El primer número salió el mes de enero de 1869 y reunió escritos, en sus diferentes ejemplares, de algunos de los personajes más importantes de esa época, como Ignacio Ramírez, Justo Sierra, Manuel Orozco y Berra, Guillermo Prieto, Manuel Acuña, José Peón Contreras, Manuel M. Flores y Francisco Sosa.

En el primer número de esta revista resaltaron varias colaboraciones, como las del mismo Manuel Altamirano, con su crónica de la semana; de Juan Clemente, de Justo Sierra y de Facundo. La revista **Renacimiento** cumplió su misión de elevar el tono del pensamiento mexicano

mediante distinguidos escritores, poetas, historiadores, cronistas y eruditos que escribieron en sus páginas, patentizando el acontecer de aquella época.

Esta revista publicó un total de 812 páginas e inició la época de otras revistas de ese tipo, aparecidas posteriormente, como la revista *Azul, la Moderna y la Contemporánea*.⁽²⁾

REVISTA AZUL

En el año de 1894, el 6 de mayo, apareció el primer número de la revista literaria *Azul*, la cual se editó en la imprenta del Partido Liberal, situada en la calle de Independencia once. Esta publicación fue dirigida por Manuel Gutiérrez Nájera y por Carlos Díaz Duffo, en ella fungió como secretario de redacción, Luis G. Urbina. El papel que desempeñó la Revista *Azul* fue de una influencia similar a la que ejerció *Renacimiento*.

REVISTAS DE NUESTROS DIAS

En el siglo actual, en 1914, apareció *Revista de revistas* y, junto con algunas otras publicaciones, fue una de las que defendieron la dignidad nacional, cuando las fuerzas norteamericanas ocuparon la ciudad de Veracruz.

⁽²⁾ *Ibidem*. p. 110

Pero la revista que marcó la pauta en la línea política de nuestro país, por su formato, contenido, impresión y presentación fue **Hoy**, fundada el sábado 27 de febrero de 1937, por el destacado periodista Regino Hernández Llergo. Dicha revista apareció con carátula en rotograbado y fue impresa en la Editorial Actualidades. Posteriormente, vinieron las publicaciones **Impacto, América, Siempre, Mañana y Jueves de Excelsior**, con periodicidad semanal.

En la actualidad, de las revistas que se distinguen por su contenido, colaboradores, impresión, circulación, publicidad y por abordar aspectos políticos, son: **Hoy, Revista de revistas, Siempre, Impacto, Proceso, Razones, Mañana, Quehacer Político, Epoca**, entre otras.

Por la calidad de impresión, la selección de temas y la integración de un equipo de colaboradores distinguidos, en el gremio periodístico y literario, estas revistas han logrado mantenerse como líderes en el mercado.

1.2.- Clasificación de las revistas

Louise-Noelle Malclé, distingue tres tipos de revistas:

La revista de cultura general, muchas veces propiedad de una editorial, abierta a todas las disciplinas y que está destinada a un público no especializado, pero sí instruido.

La revista especializada, publicada por una asociación o una institución científica, que se ocupa de ramas especiales de letras o ciencias y destinada a un público selecto de sabios y técnicos.

La revista de vulgarización literaria, artística o científica, destinada a un público medio, pero vivo o curioso, deseoso de instruirse o tan sólo de estar en contacto con los acontecimientos.(3)

Juan Carlos Ruiz(4) cita que David Grenfell clasifica a las revistas, de acuerdo al tipo de editorial, de la siguiente manera:

1. Publicaciones de sociedades doctas u organizaciones semejantes.
2. Publicaciones de órganos oficiales, de asociaciones e instituciones comparables.
3. Publicaciones independientes.

Ruiz dice también que es oportuno distinguir otros dos tipos de revistas:

1. Publicaciones primarias, cuyos artículos pueden ser originales, de recopilación o de difusión cultural.
2. Publicaciones secundarias, que informan sobre el contenido de las primarias, que son los índices

(3) Peña Mijango, Pablo. *Publicaciones periódicas*. p.19

(4) Ruiz Pérez, Juan Carlos. *La importancia de la revista en México*. p.5



como el Index Medicus, los abstractas o la revista interamericana de bibliografía.

Por otra parte, F. Fraser Bond señala que "podemos clasificar las revistas como satinadas y de pulpa, cuando nos referimos a la calidad del papel en que se imprimen; como semanarios, revistas mensuales o revistas trimestrales, cuando queremos señalar la frecuencia de su publicación; o como generales o especializadas, cuando analizamos su contenido, que abarca varios centenares de campos de actividad y de intereses humanos".(5) A continuación se presenta una clasificación de las revistas, la cual, a nuestra consideración, engloba a la mayoría de las revistas que circulan en nuestro país.

REVISTAS GENERALES:

a) REVISTAS POPULARES: Ofrecen al lector relatos novelescos, tanto por entregas como en forma de cuentos, así como artículos sobre asuntos y personajes de actualidad.

b) REVISTAS FEMENINAS: Este grupo también es popular, al publicar novelas, artículos e ilustraciones, pero elige su material en forma que satisfaga el gusto de las mujeres. Tales revistas invariablemente tienen secciones dedicadas a la cocina, a los patrones de ropa, a la decoración de interiores y a otras cosas semejantes.

(5) Peña Mijango. *Op. cit.* p.19

c) REVISTAS DE CALIDAD: Aunque también publican cuentos y artículos, el llamado grupo de calidad se dirige a lectores más maduros y de gusto cultivado. Tales publicaciones sostienen elevadas normas literarias.

d) REVISTAS DE CRITICA Y DE OPINION: Estas revistas rara vez publican novelas. Limitan su contenido a comentarios y opiniones, ejercen mucho mayor influencia que la que indicaría su circulación limitada.

e) REVISTAS DE NOTICIAS: La práctica iniciada por The Reader's Digest ha sido publicar condensaciones de artículos que han aparecido en otras revistas. Esta revista, concebida como publicación seria, para un público reducido, ha alcanzado una circulación internacional de más de quince millones. Tanto la fórmula de síntesis como el formato de bolsillo, tienen multitud de imitadores.

g) REVISTAS ILUSTRADAS: Life, que tomó su nombre de una revista anterior satírica y humorística, ha indicado un nuevo rumbo en el periodismo gráfico.

h) REVISTAS DE MODAS: Publicaciones elegantes, como Vogue, para la mujer, y Esquire, para el hombre.

i) REVISTAS DE INTERES ESPECIAL: Las publicaciones de este grupo se dedican a alguna actividad especial, como el teatro, cine, cuidado de los niños, etcétera.



Además, existen en el mercado muchas revistas de gran circulación, que parecen constituir una nueva clase, tal es el caso de cada una de las revistas especializadas y de las cuales no se ha hecho una clasificación minuciosa.

**REVISTAS GREMIALES,
DE CLASE; TÉCNICAS Y/O ESPECIALIZADAS**

Las revistas técnicas y/o las gremiales son las que su contenido se conoce por lo que sus nombres significan. Cada profesión, cada negocio, cada oficio tiene sus propias publicaciones, en algunos casos una docena o más de ellas. Esas revistas llegan a varios centenares, entre ellas las de publicidad, banca, industria de alimentos en conserva, drogas medicinales, embalamiento, educación, alimentación, geografía y exploración, ferretería, seguros, periodismo, el movimiento obrero, maquinaria, naturaleza, petróleo, animales caseros, radio, calzado, y lo fiscal, tema que nos ocupa en esta tesina, entre otros.

1.3.- Funciones de un Editor

Después de haber abordado brevemente la historia de las revistas en México y las características de las mismas, es de vital importancia para el tema de esta tesis, destacar la labor del Editor dentro de cualquier publicación.

Por tal motivo, en este punto abordaremos las diferentes funciones que un Editor ha desarrollado a lo largo de la historia y cómo éstas han cambiado, de una época a otra, hasta llegar a la definición de Editor, con la connotación que actualmente se le da en una revista especializada, como es el caso de *Consultorio Fiscal*.

Editor: "(Etim.- Del lat. editor, deriv. de editum, supino de edere, dar a luz.). El que saca a luz o hace suprimir o publicar por su cuenta, o por la del autor o la del propietario, una obra, un periódico, folleto, revista, etcétera." (6)

En su origen y durante varios siglos se conocía como Editor a un erudito, un sabio o un hombre de letras que publicaba una obra ajena, ya sea por darla a conocer, cuando era inédita, o bien por presentar un texto mejorado o comentarios sobre la obra cuando ya era conocida. Hacia fines del siglo XVII se daba este calificativo al librero que imprimía o hacía imprimir libros por su cuenta o por cuenta de los autores. Esta acepción se aplica

(6) *Enciclopedia Universal Ilustrada*, T. 19 p.90



no solamente a los libreros, sino a los centros científicos o a toda persona que publica libros y los propaga en el comercio, y lo mismo al que edita estampas, obras musicales, cartas geográficas, revistas, etcétera.

En la antigüedad podían ser considerados como Editores a quienes, mediante la multiplicidad de copias, procuraban extender las obras clásicas o las de sus contemporáneos, que de otro modo hubieran quedado inéditas o hubieran sido conocidas por muy pocos. Eran algunos príncipes o personajes poderosos protectores y amantes de las letras, quienes hacían tal labor, guiados por la idea de apoyar a un escritor o de fundar bibliotecas, y entre estos últimos figuran, en Egipto, los Tolomeos, fundadores de la biblioteca de Alejandría y, en Roma, Tácito.

Otros eran simples particulares o comentadores, animados del deseo de difundir las letras o las ciencias, como Aristarco y Demetrio Falero, que hizo traducir, al griego, la Ley de los Judíos y de quien se supone contribuyó a la fundación de la Biblioteca de Alejandría. La invención de la Imprenta facilitó este cometido y entonces aparecieron los literatos y bibliófilos, quienes editaron las obras maestras de la antigüedad hebrea, griega y latina; haciéndose notar en la merítisima labor editorial en Italia, los Manucio, Giunta, Gialiti y Griffio, y en Francia, Stefano.

En el siglo XV figuran, entre los comentadores y editores de obras clásicas, Leonardo Bruni, Ambrosio Traversari,



Gasparino de Barzizza, Grannozzo, Wolb y otros muchos. En épocas más recientes se hicieron notar Niebuhr, que comenzó la edición del Corpus scriptorum, historias bizantinas; Jacobs y Rost, que editaron en Gotha, la Biblia griega; Didot, que dio a la estampa Syllogsa poetarum graecorum; Tauennitz, el Corpus poetarum graecorum; Hase, G y L. Dindorf, Hermann, Zimmermann Schaefer, Meyer, Monk, Bekker, Stallbaum y Sehelder, sin contar a los contemporáneos numerosos e importantes, tanto en Europa como en América. (7)

La intervención del Editor en la publicación de una obra, es indispensable en los tiempos modernos, pues a sus conocimientos, de la técnica del libro, se agrega su labor mercantil y la organización de su industria, que le permiten dar publicidad a su obra y hacer de ella una propaganda que no podrían hacer, por sí, ni el autor ni los libreros.

A lo anterior hay que agregar el poder trabajar con grandes capitales, que permiten hacer ediciones de muchos miles de ejemplares, razón primordial del abaratamiento del libro, y emprender la publicación de obras completas y voluminosas, como los grandes diccionarios, las enciclopedias, las obras de historia, revistas, etc., lo que sería imposible a los autores, por falta de medios, de organización administrativa y de corresponsales idóneos que esperan

(7) *Ibidem.* p. 91

nuevas producciones de la misma cosa; en cuanto a los libreros, sólo podrían contar con un campo reducido, pues no todos los de este ramo del comercio, se afanarían en recomendar lo publicado por otro librero.

En un sentido general, llámese Editor al que publica una obra, ajena por lo regular, y culda de su impresión.(8) Al ocuparnos de la responsabilidad que en determinados casos puede incurrir el Editor, es preciso distinguir dos órdenes de cuestiones muy diferentes: Primero, en un sentido propio llamábase Editor Responsable al que, con arreglo a las leyes, firmaba todos los números de los periódicos políticos y respondía de su contenido aunque estuvieran redactados, como sucedía casi siempre, por otra persona, y segundo, el Editor responde, en algunos casos, de las defraudaciones de la propiedad literaria.

Es una regla de equidad y de buen sentido, el que todo delito sea castigado y que los encargados de aplicar las leyes tengan la seguridad de que la perturbación causada, en el orden social, será reparada.

Pero sucedía a veces y con mucha frecuencia, en las tareas de la prensa política, que el culpable, por su incapacidad o por su inmunidad, era legalmente irresponsable, y entonces, o bien había que dejarse el delito impune o era preciso exigir que una tercera persona

(8) *Loc. cit.*

cumpliera la pena; al decidirse el legislador por este último sistema, surgieron los Editores Responsables, aquellos hombres desgraciados que, como indicaba muy gráficamente el señor Cánovas, en el preámbulo al Real decreto de 31 de diciembre de 1876, "por precio vivían (nuevo género de esclavitud) bajo el peso de una serie interminable de condenas por delitos que no habían cometido ni podido cometer...". (9)

Discutible este sistema, en el terreno de los principios y de la filosofía del derecho, se consideró como una necesidad en el de los hechos y, mucho más, en aquellos tiempos accidentados (la primera mitad del siglo XIX) que lo eran de transición entre el antiguo y el nuevo régimen, para poner un freno a las pasiones y para que la autoridad pudiera, en todo momento, con el procesamiento y consiguiente inhabilitación de la persona responsable, impedir la difusión del impreso.

Desafortunadamente no hay mucha información sobre la responsabilidad del Editor en la actualidad; sin embargo, existen algunos antecedentes sobre la situación de los Editores en España, lo que nos permitirá tener una referencia.

A continuación se expondrán algunas de las etapas por las que ha pasado la legislación española, en la responsabilidad del Editor, haciendo antes algunas

(9) *Loc. Cit.*



consideraciones respecto la responsabilidad en que incurría el Editor de todo Impreso y, en especial, del que tenía un carácter político, antes de la aparición del Editor Responsable.

Una de las primeras disposiciones que tomaron las Cortes de Cádiz fue la derogación de las leyes que, sobre la emisión del pensamiento, contenían los títulos XVI, XVII y XVIII del libro VIII de la Novísima Recopilación, estableciendo por decreto, el 10 de noviembre de 1810, que todos los cuerpos y personas tenían libertad para escribir, imprimir y publicar sus ideas políticas, pero según el artículo 39, los autores (bajo cuyos nombres quedaba comprendido el Editor, según el artículo 7) e Impresores, eran responsables del abuso de aquella libertad.

El anterior decreto no especificaba en que consistían estos abusos y, por tanto, los casos en que los autores o Impresores incurrían en responsabilidad; pero esta laguna vino a llenarla el decreto del 22 de octubre de 1822, en cuyo artículo 6 se marcaban, claramente, dichos casos. Cuando se publicaba un libelo infamatorio, ni el autor ni el Editor podían intentar probar la imputación injuriosa, pero según el artículo 8, del propio decreto, podían hacerlo cuando se imputaren delitos cometidos por alguna corporación o empleado, en el ejercicio de su cargo.

Cuando por encargo de la Santa Alianza restableció Francia, en España, el régimen absoluto, quedaron

nuevamente vigentes las leyes recopiladas, que continuaron observándose, con ligeras modificaciones, hasta después de la muerte de Fernando VII. Por Real orden, el 1 de junio de 1834, se dictó el Reglamento que había de observarse para la censura de los periódicos, establecida por Real decreto del 4 de enero del mismo año; en aquella Real orden aparece, por primera vez, el Editor Responsable en el sentido en que hemos definido antes.

Así, disponía en su artículo 1º, que no podrá publicarse ningún periódico, como no sea técnico, sin real licencia, debiendo dirigirse las solicitudes a los respectivos gobernadores civiles, los cuales Informarán sobre la utilidad de la concesión y las circunstancias de los que la pretendan, como Editores Responsables de cada periódico.

El Editor debía depositar, en metálico, la cantidad de 20.000 reales en Madrid y 10.000 en las provincias o bien, el doble, en créditos de la deuda consolidada, cuyo depósito debía servir para hacer frente a las cuantiosas multas que era costumbre imponer a los periódicos políticos de oposición. A tenor del artículo 23, el Editor debía responder de cuanto se publicara, fuera o no, anónimo.

Toda la legislación que se dictó sobre el particular, hasta la llamada revolución de septiembre, giró alrededor de la Real orden del 1 de junio de 1834, antes mencionada, con las accidentales variaciones que ésta tuvo y que dependían de la significación política del partido gobernante.



Por el artículo 3º de la ley del 17 de octubre de 1837, se exigía que, además de las condiciones de la Real orden mencionada, pagara el Editor Responsable, por contribuciones directas, la cantidad de 400 reales en Madrid; 300 en Barcelona, Cádiz, Coruña, Granada, Valencia y Zaragoza, y 100 en las demás provincias. Por el artículo 1º de la Ley 15-22 de marzo de 1837, se mandó que el Editor había de tener constantemente en depósito, la cantidad de 40,000 reales en Madrid; 30,000 en Barcelona, Sevilla, Cádiz y Valencia; 20,000 en Granada y Zaragoza, y 10,000 en las demás provincias.

El Editor debía ser (art. 3º), además, cabeza de familia con casa abierta en el pueblo en que se publicara el periódico y estar en posesión de sus derechos políticos. Por Real decreto, del 6 de julio de 1845, la situación de los Editores Responsables se hizo intolerable, pues no sólo se aumentaron considerablemente las penas, sino que se suprimió el jurado, que desde los primeros tiempos del régimen constitucional había entendido en estas cuestiones, y se sometieron las causas al llamado tribunal de imprenta, formado por cinco jueces de primera instancia, presididos por un magistrado.

En 1852, la legislación sobre imprenta, se repitió una vez más (art. 13) en la cual se manifestaba que, para los periódicos políticos o religiosos, la primera responsabilidad es del Editor y al enumerar en el 16 las condiciones que debía reunir la persona que respondía de lo que se insertaba en

un periódico, además de las ya indicadas en anteriores disposiciones legales, exigió que debían pagar, y por lo menos con tres años de antelación, 2,000 reales por contribuciones directas en la provincia de Madrid, 1,000 en las de primera clase y 500 en las otras, debiendo, además, depositar 120,000 reales en Madrid, 80,000 en las provincias de primera clase y 40,000 en las restantes.

La ley del 29 de julio de 1864 señaló la distinción entre los delitos comunes de los cometidos contra la religión, el rey y la real familia, la honra privada de los soberanos extranjeros y sus representantes, etc. y los delitos especiales (los que atacan la forma de gobierno establecida, los que incitan a la desobediencia de las leyes, etc), sujetando los primeros al imperio del Código Penal, y castigando a los segundos con multas que variaban desde 10,000 a 50,000 reales.

En el artículo 52 se establecían los consejos de guerra para los escritores que tiendan a relajar la fidelidad o disciplina de la fuerza armada, de algún modo no previsto por las leyes militares, cuyo artículo fue, sin embargo, derogado por la ley de julio de 1865. En el artículo 1o. de la ley de 10 de mayo de 1866 se introdujo la novedad de que los Editores Responsables no podían continuar siéndolo, desde el momento en que se dictara contra ellos, auto de procesamiento por alguno de los delitos contra la religión, el rey o la real familia.

Por el artículo 5o. se exigió también que el Editor fuera del estado seglar. En el Real decreto de marzo de 1867, además de modificar la legislación vigente en otros puntos, se dispuso (art. 13) que se considerara Editor al que legalmente resultase haber costeado y dispuesto la publicación de impresos no periódicos, pues en lo referente a éstos, respondía siempre el que firmaba como Editor Responsable.

Los principios democráticos de los partidos que destronaron a Isabel II, en septiembre de 1868, eran incompatibles con el sistema restrictivo que inspiraba en la legislación de imprenta entonces vigente; nada tiene, pues, de extraño, que en el artículo 1º., del decreto-ley del 23 de octubre de 1868, se estableciera que todos los ciudadanos tienen derecho a emitir libremente sus pensamientos por medio de la imprenta, sin sujeción a censura ni a ningún otro requisito previo; y en el 3º., que, de lo que se publica en los periódicos, son responsables el autor del escrito y, a falta de éste, el director, lo que equivalía a suprimir al Editor Responsable.

Y esta supresión tácita fue confirmada, de una manera expresa y solemne, por el artículo 22 de la Constitución promulgada el 5 de junio de 1869, cuando decía que: "tampoco podrá establecerse la censura, el depósito, ni el Editor Responsable".(10)

(10) *Loc. Cit.*



Si bien es verdad que en los primeros tiempos de la Restauración, se dictaron algunas disposiciones limitando el ejercicio de la libertad de imprenta (por ejemplo, los Reales decretos del 29 de enero, 18 de mayo y 31 de diciembre de 1875), no se hizo el menor intento para resucitar al Editor Responsable y, a mayor abundamiento, la vigente ley de imprenta de 26 de julio de 1879, en su artículo 8, sólo exige para fundar un periódico, que se ponga en conocimiento de la primera autoridad gubernativa de la provincia, el nombre del fundador, el título del periódico y el establecimiento donde se imprimirá y, estableciendo en el 9o., que la representación de todo periódico ante las autoridades y tribunales, corresponde al director del mismo y, en su defecto, al propietario.

En nuestros días, el Editor Responsable tiene solamente un valor histórico, pero el papel que desempeñó en la historia de España del siglo XIX fue importantísimo. Hoy los Editores pueden ser subsidiariamente responsables, en ciertos casos, de los delitos de imprenta, los cuales tienen mucho que ver con la libertad de imprenta que en su momento regía. Se puede concluir advirtiendo que las responsabilidades del Editor, por las posibles defraudaciones que se puedan cometer de la propiedad literaria o intelectual, solo podían comenzar desde el reconocimiento legal de la propiedad intelectual.

Después de indagar sobre la historia de las funciones del Editor, podemos destacar algunas de las funciones que



un Editor realiza actualmente, las cuales serán base para el objetivo de este trabajo.

El Editor es inseparable de su estilo, de su imagen de fábrica. Es en esto donde se muestra creador. El Editor o sus mandatarios (director científico, director literario, director de colección o director técnico) buscan, en el mercado de la producción intelectual, "ideas nuevas" traducidas en "manuscritos nuevos"; este término de novedad tiene un sentido puramente pragmático, reflejado en la noción de derechos de autor y se aplica lo mismo a la vigésima quinta versión de "las aventuras de Tarzán" que al último poema de un autor moderno.

El Editor examina el producto del autor, de modo crítico, (comité de lecturas o editorial), le pide modificaciones y reformas, recoge los documentos, dispone con claridad el trabajo del autor, lo hace componer tipográficamente, asegura la correspondencia entre manuscrito y el modelo tipográfico compuesto (prueba de imprenta), verifica la realización de las correcciones por el Impresor, hace diseñar las ilustraciones, los cuadros, los anexos, hace sacar clichés o clichés de las imágenes.

Asimismo, establece contratos con el Impresor para la tirada o impresión, propiamente dicha, y prevé todas las operaciones restantes de encuadernación, transporte, etc. El Editor almacena luego los ejemplares en depósitos apropiados, distribuye algunos a los puntos de venta, los



renueva una vez vendidos, hace la publicidad, recoge las críticas y se las envía al autor.

El Editor toma sobre sí, por consiguiente, gran parte de las pequeñas cosas que rodean la edición y que constituyen tareas complejas e imbricadas unas de otras. Las más complejas son las vinculadas a la realización de obras intelectuales, que implican a diversos autores y llevan imágenes, anexos, dibujos y encuadernaciones que ponen en juego todas las posibilidades de traducir, sobre el papel, ciertos mensajes.

Las funciones del Editor son, pues, por un lado, funciones artísticas: hallar el mejor equilibrio entre los géneros, favorecer a un buen escritor; por otra, funciones humanas: tomar parte de las inquietudes del autor, ver en qué medida afectan a su producción; tiene, asimismo, funciones financieras, dado que utiliza y explota un capital con la esperanza de rentabilizarlo mediante el éxito de una obra intelectual, convenientemente difundida; funciones técnicas: corrección, dactilografía, compaginación, y funciones comerciales: vender la edición. Todas estas funciones exigen un gran despliegue de capacidades.

Abraham Moles define varios tipos de Editores, en los que se encuentran: a) literario, b) de obras escolares, c) científico y d) de obras de interés humano (arte, historia, ensayos, política, etc.). Los Editores están sometidos ampliamente a las fluctuaciones de la actualidad y



necesitan leer asiduamente los periódicos y hacer un sondeo continuo del interés del momento, en condiciones suficientemente atractivas para el lector.

Por lo tanto, se puede decir que el Editor desempeña diversas labores, desde artísticas hasta técnicas, como se señaló, algunas de ellas muy complejas, pero con un fin primordial: que su trabajo se edite y se divulgue oportunamente.

A manera de síntesis, se puede definir al Editor como una persona capaz de adentrarse totalmente en un tema, al grado de que, aun sin ser su materia de estudio, se vuelve casi un experto en ella o, para hacer más precisos, se convierte en un Editor especializado.

1.4.- Funciones del Editor Especializado, el caso de Consultorio Fiscal.

Ser Editor de una publicación abarca diversas actividades, como se señaló en el apartado anterior, pero ser Editor de una revista especializada, como **Consultorio Fiscal**, requiere de un despliegue de actividades que sólo una persona, que conoce sobre el tema, las puede realizar, lo cual da origen a un Editor Especializado.

La principal función del Editor Especializado es que salga a la luz pública su trabajo oportunamente, sin embargo, para que esto ocurra el Editor Especializado debe tener determinadas características:

Debe tener una amplia cultura general, lo cual le servirá para contextualizar todos los artículos a publicar y valorizar los contenidos de los mismos. Aunado a lo anterior, el Editor Especializado de **Consultorio Fiscal** tiene la obligación de conocer o ser un experto en los temas que va a publicar, en este caso, serán en materia fiscal. En resumen dicha especialización es indispensable para el Editor de **Consultorio Fiscal**, además de las diversas funciones que éste realiza dentro de la producción editorial.

Por ejemplo, al momento de la primera revisión del texto o artículo, el desconocimiento del tema puede ocasionar que se publique un error muy grave, del cual el autor no se haya percatado, y si se conserva durante el resto de pruebas, así saldría impreso. Es aquí donde entra la mano del Editor Especializado, quien gracias a sus conocimientos, lo detectará y corregirá oportunamente.

Una cualidad más del Editor Especializado, es el "Don de gentes", pues la relación que se mantenga con los articulistas es fundamental para la vida de la revista, ya que de ellos depende el éxito o fracaso que se obtenga; por lo tanto, el Editor Especializado es aquel que puede sugerirle, darle opiniones a los autores, con el fin de que el material a publicar tenga excelente calidad; lo anterior lo deberá realizar con mucho cuidado y tacto, con el fin de no herir susceptibilidades, pues de lo contrario se podría ocasionar un gran conflicto.

En este mismo rubro, de la relación Editor-Autor, un Editor Especializado debe tener la capacidad de enseñar a los autores a escribir sus artículos, pues todos ellos son



especialistas en la materia y tienen un sinfín de conocimientos, pero muchos no saben transmitirlo correctamente a través de la palabra escrita.

Aquí nuevamente la función del Editor Especializado es indispensable, pues muchos articulistas no tienen tiempo ni interés en aprender a redactar correctamente sus materiales, por lo que el Editor se vuelve redactor y corrector, lo cual no es nada fácil, porque debe tener cuidado de no eliminar aquellas frases o palabras "claves" para los fiscalistas, de lo contrario ocasionaría que se perdiera el objetivo del artículo.

Si al momento de corregir o revisar un texto, el Editor Especializado detecta que no hay claridad en las ideas del autor, tiene la obligación y los conocimientos suficientes para aclarar esa duda, ya sea por él mismo o porque se las comente al autor, para que éste las realice.

Quizás las funciones técnicas del Editor Especializado de *Consultorio Fiscal*, sean las mismas que realiza cualquier Editor de otra publicación, pues el lenguaje que se utiliza, entre Editor e Impresor, es el mismo al momento de capturar, formar, corregir, diagramar e imprimir; sin embargo, un Editor Especializado conoce muy bien lo fundamental de cada artículo, por lo tanto, sabe lo que tiene que destacar de cada uno; por ejemplo: algún nuevo formulario de la SHCP; alguna gráfica que el autor proponga para medir la situación fiscal de nuestro país; las conclusiones a las que se llegaron después de un estricto análisis que hizo el Seguro Social, respecto al riesgo de trabajo en las empresas mexicanas, entre otros.

Dos cualidades más que un Editor Especializado de **Consultorio Fiscal**, no debe perder, son: motivación y entusiasmo, las cuales quedarán de manifiesto cuando la revista esté impresa, ya que dichas cualidades son las que más vida le dan a la publicación.

No es fácil conservarse motivado y entusiasta cada quincena, sobre todo cuando el trabajo se vuelve rutinario y metódico, pero es el Editor Especializado el que debe evitar caer en lo anterior, pues todo los esfuerzos, desvelos, agotamientos, etc., se ven recompensados cuando se obtiene una revista con calidad, la cual da origen a un lector satisfecho por el producto adquirido. Más aún, en el caso de **Consultorio Fiscal**, la cual también es considerada como libro de texto para los estudiantes de Contaduría.

No se debe perder de vista que con lo anterior se cumple una función más del Editor Especializado: la divulgación de la cultura y el conocimiento.

Asimismo, un factor al que quizás antiguamente no se le daba tanta importancia y que en estos tiempos el Editor Especializado debe estar muy al tanto, es en cuestión de la administración de los recursos, los gastos que quincena tras quincena se generan tanto en el costo editorial como en el de producción, mismos que deben ser mínimos, con el fin de no incrementar el precio del producto, pues de lo contrario, **Consultorio Fiscal** no tendría precio competitivo y le dejaría el camino libre a la competencia.

La competencia es otro aspecto que el Editor Especializado debe tener presente y una de las formas de

hacerlo es, por ejemplo, realizar un estudio comparativo con las demás publicaciones que existen en el mercado sobre materia fiscal. Se deben analizar las ventajas y desventajas de todas las revistas incluyendo al propio **Consultorio Fiscal**. Debe ser el Editor Especializado el que realice dicho análisis, ya que es él quien conoce muy bien los temas de las revistas.

Una vez hecho dicho análisis, el Editor Especializado debe platicar y trabajar con la Dirección Técnica y articulistas de la revista, con el fin de mejorar día con día aquellos aspectos donde la competencia lleve ventaja; todo con un objetivo principal: tener mejor calidad en la revista y que los lectores se muestren satisfechos del producto adquirido; sobre todo, ahora que no todos invierten su dinero en la compra de una revista.

De forma breve quedó demostrado el porqué de la Especialización del Editor en **Consultorio Fiscal**, lo cual daría pauta a sugerir que los Editores deben ser especialistas en lo que editan; ya que de esta forma se lograría que el producto: las revistas, sean de excelente calidad editorial.

Capítulo 2. Publicaciones de la Facultad de Contaduría y Administración-UNAM

Después de haber abordado la historia de las revistas en general y de conocer, en forma somera, las características de las mismas, este capítulo lo dedicaremos a conocer algunos aspectos de las publicaciones que ha editado la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) y de las cuales *Consultorio Fiscal* es el tema de estudio.

2.1. Antecedentes de las publicaciones de la Facultad de Contaduría y Administración

Actualmente, la Facultad de Contaduría y Administración es, sin lugar a dudas una de las más prestigiadas y progresistas, no sólo de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), sino de toda la República Mexicana.

Con más de 15,000 alumnos, la Facultad cuenta con todos los adelantos técnicos para lograr una óptima enseñanza de las disciplinas contable, administrativa y de informática. Ha adecuado los planes de estudio a los requerimientos reales de la cambiante sociedad actual. Se ha preocupado por perfeccionar el método didáctico de sus profesores, apoyándolos con material audiovisual y textos de tipo práctico.



Fue en 1929 cuando surgió, con apenas 550 alumnos, lo que hoy es la Facultad de Contaduría y Administración. Desde entonces, la historia de la Facultad está animada por el espíritu de lucha, por el reconocimiento, el prestigio, y sobre todo, por formar los mejores profesionales, en sus áreas.

Antiguamente la Facultad formaba parte de la entonces Escuela Nacional de Derecho y Ciencias Sociales y ocupaba un modesto local en la calle de Humboldt N° 39 (1929); aunque en poco tiempo se trasladaría al antiguo cuartel de Zapadores, en la Calle de San Ildefonso (1929), en pleno barrio estudiantil. Sin embargo, esto no sería su domicilio definitivo. Los cambios se sucederían: la señorial casona de Primo de Verdad N° 2 (1933); nuevamente al ex cuartel de San Ildefonso (1934); luego se dividiría entre Bolívar N° 51 (1939) y Bucarelli N° 138 (1941); de ahí a Liverpool 66 (1945), y por fin, en 1954, a su primer edificio de Ciudad Universitaria. En 1969 se inauguró el edificio que hoy ocupa en Ciudad Universitaria.(11)

En los inicios se impartían carreras cortas: Experto en Contabilidad Pública, Funcionario de Banco, y Funcionario Industrial. Un poco después se creó la de Ingeniero Comercial. Finalmente, de éstas, sólo quedaría la carrera de Contador Público.

(11) *Mendieta Alatorre y Carrera Stampa. Historia de la Facultad de Contaduría y Administración. T. I p.33*

Cabe hacer notar que el 22 de julio de 1929, tras violentas luchas estudiantiles, se expide la Ley Orgánica de la Universidad Nacional Autónoma de México, la cual fue publicada en el *Diario Oficial de la Federación*, del 26 de julio del mismo año, con lo anterior alcanzó plena autonomía, estableciendo como autoridad máxima de la misma, al Consejo Universitario.

Dicha Ley contiene diversos apartados, y en lo referente a la Escuela de Comercio y Administración quedó establecido lo siguiente: "La Facultad de Comercio y Administración (nombre que no le correspondía), estará formada por la parte de la actual Escuela Superior de Comercio y Administración, dependiente de la Secretaría de Educación Pública, que se refiere a las carreras de contador de comercio, contador público y auditor, y por la Escuela Superior de Administración Pública" (12).

En principio, la vida de las instituciones, como toda obra humana, transcurre de manera desigual, a grandes periodos de estabilidad siguen etapas de inquietud o franca violencia. Desde luego y dado que las épocas difíciles exigen mayor inteligencia y capacidad de sufrimiento, son también los que propician los años venturosos.

Así pues, sin precisar fechas y hechos históricos trascendentales tanto para México como para la UNAM, la

(12) *Ibidem.* p. 45



vida en la Escuela Nacional de Comercio y Administración continuó por varias décadas, asumiendo todas las vicisitudes; sin embargo, al igual que el resto de escuelas y facultades de la UNAM siempre se han mantenido a la vanguardia a nivel nacional e internacional.

Es así como, en 1965, la Escuela alcanza el rango de Facultad, con la formación de su División de Estudios Superiores, al crear su educación de graduados en todos los niveles, adquiere la obligación de darle el carácter científico en todas sus profesiones.

Es en 1973 cuando el H. Consejo Universitario, a propuesta de la Facultad de Comercio y Administración, aprobó los cambios de las carreras que ahí se impartían: en lugar de Contador Público, Licenciado en Contaduría, y en vez de Licenciado en Administración de Empresas, Licenciado en Administración.

En cuanto al nombre de la facultad, éste ha cambiado muchas veces; inclusive se constituyó como Facultad de Comercio y Administración en 1929, nombre que no le correspondía. El último cambio está de acuerdo con la reforma de la Universidad, en la cual unificó los niveles: bachillerato, licenciatura, maestría y doctorado. A partir de 1973, la institución toma el nombre de Facultad de Contaduría y Administración y con este nombre celebra el cincuentenario de su fundación, en 1979.



Desde ese momento hasta la fecha conserva el mismo nombre, sin que ello signifique que no se tengan cambios y modificaciones tanto externa como internamente.

En uno de los campos en los que la FCA ha procurado estar a la vanguardia, es en la producción editorial; desde sus inicios procuró tener informada a su comunidad, creando un órgano informativo interno, hasta alcanzar un gran reconocimiento a nivel nacional por una de sus revistas: **Consultorio Fiscal**.

"Sin la escritura la humanidad se asemeja a un hombre que no se acuerda de nada, o lo que tal vez es peor, se acuerda inexactamente de lo que ha hecho la víspera. La escritura es la memoria sólida del género humano. Sabiendo lo que se ha hecho y de dónde procede, se podrá un día saber a dónde se va y lo que hay que hacer" (13)

Henri Berr dijo, respecto al lenguaje, la escritura y la imprenta: "son unos instrumentos maravillosos creados por el pensamiento para el pensamiento; el espacio, el tiempo y la muerte fueron vencidos por el pensamiento". (14)

Por lo anterior, es que la Facultad de Contaduría y Administración, como ya lo hemos mencionado, ha puesto

(13) *George Jacques Weil. El periódico: orígenes, evolución y función de la prensa periódica. p. 22*

(14) *Iguíniz, Juan B. El libro. p. 67*



especial énfasis por dejar testimonios de su trayectoria, investigaciones y temas de Interés de sus áreas, como parte prioritaria de su propio desarrollo. Es por eso que considera a la producción editorial como herramienta relevante para la concreción de la vida académica, puesto que la expresión escrita es una de las formas de mayor preservación y enriquecimiento cultural.

La Facultad de Contaduría y Administración cuenta actualmente con una serie de publicaciones: **Contaduría y Administración, Consultorio Fiscal, Emprendedores, Noti-ANFECA y la Gaceta de la Facultad de Contaduría y Administración**; de las cuales daremos una breve reseña, profundizando un poco más en **Consultorio Fiscal**, ya que es la revista que mayores satisfacciones le ha dado a la Facultad de Contaduría y Administración.

2.1.1. Contaduría y Administración

Efímera es la vida de las revistas: algunas alcanzan varias épocas, pero son pocas. Caso particular es el de la revista **Contaduría y Administración** antes llamada **Contabilidad y Administración** la cual surge en agosto de 1955.

Se consideró que la Facultad debería contar con un órgano de Información, que le permitiera dar a conocer la filosofía y proyecciones académicas que sustentaba en la estructura de las actividades de enseñanza. Otro propósito

era difundir las corrientes de pensamiento, las tendencias de carácter científico y social de las investigaciones de los especialistas en las áreas de Contaduría y Administración, a propósito de las condiciones y problemas nacionales, y extender así, con mayor amplitud, los beneficios de la cultura.

Una característica importante de esta revista es que en 1956 existía un reducido número de publicaciones de este género, por lo que dados los exiguos elementos y recursos disponibles, la tarea realizada debe enorgullecer, merecidamente, a quienes contribuyeron y participaron en la edición del primer número de esta revista, la cual tenía una periodicidad bimestral.

La revista nacía con la conclusión del proyecto que formuló la Dirección de la Facultad, la cual estaba a cargo del C.P. Wilfrido Castillo Miranda, para crear la carrera de Licenciado en Administración de Empresas y en el tiempo promisorio en que la escuela tomaba un nuevo nivel de exigencias respecto a las otras escuelas: la obligatoriedad del bachillerato, en aquel entonces cursado en dos años lectivos.(15)

Periódicamente la revista publicaba un índice de sus colaboradores, quienes abordaban no solamente cuestiones teóricas sobre contabilidad y administración,

(15) *Mendieta Alatorre y Carrera Stampa. Op. cit. p. 124*

sino respecto a las reformas de ley, modalidades de los impuestos y otros asuntos de vital importancia en ese momento. Dichos índices también muestran el interés de maestros y colaboradores que enviaban sus textos, sin más interés que el de ayudar a la difusión cultural y docente.

La revista continuó publicándose bimestre tras bimestre, logrando tener cada vez mayores lectores, al igual que se incrementó el número de colaboradores. De tal forma que se convirtió en: Órgano de difusión de las investigaciones realizadas por la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.

En 1990 la revista *Contaduría y Administración*, modificó completamente su imagen, conservando su línea académica, pues las investigaciones han sido un factor fundamental en el desarrollo de nuestro país, sin embargo, no basta efectuarlas, es necesario una difusión en forma sistemática y periódica que permita la adquisición de nuevos conocimientos.

La actual administración de la Facultad mantiene la publicación de la revista, cuyas diferentes secciones se enriquecen con los materiales inéditos, elaborados por integrantes de la División de Investigaciones de la Facultad. Aunque su contenido está integrado principalmente por temas relacionados con la Contaduría, la Administración y la Informática, se abre también a todas aquellas disciplinas afines a esas áreas.

Al igual que para el resto de publicaciones de la Facultad de Contaduría y Administración, el Consejo Editorial, del cual hablaremos más adelante, ha sido determinante en el crecimiento de la revista **Contaduría y Administración**, pues su intenso trabajo, se refleja en sus casi 40 años de vida de la misma.

2.1.2. Boletín Interno

Del primer medio de comunicación interno, del que se tiene conocimiento fue: **Boletín de Información Quincenal FCA** (Facultad de Comercio y Administración), se inició en 1965 cuando el entonces director C.P. Carlos Pérez Del Toro, invitó a colaborar en este proyecto al maestro Clemente Soto Alvarez, quien asumió el cargo del primer director de este órgano informativo.

Este boletín continuaría publicándose durante la dirección del C.P. y L.A.E. José Antonio Fernández Arena (1969-1973), y el cual contenía los acontecimientos más importantes de la Facultad.

En 1973, ya como director el C.P. Manuel Resa García se publica un nuevo boletín: **Informa Contaduría y Administración**, lo anterior obedece al cambio de nombre de la Facultad y de lo cual ya se habló.

En 1982, se inició la creación de un nuevo órgano informativo llamado **Bitácora**, con el objeto de continuar



con las reseñas de la vida diaria de la Facultad, e informar e integrar a la comunidad, a través de este medio. Este boletín contó con un nuevo diseño y formato de acuerdo a las necesidades de la época y tenía un tiraje quincenal de 10,000 ejemplares.

A consecuencia del cambio de administración de la Facultad de Contaduría y Administración, en abril de 1990, se creó otro boletín informativo: **Acontecer**, que sustituyó al de **Bitácora**. Este nuevo boletín continuó con la misión de mantener informada a la comunidad sobre las actividades en que la misma participa, así como preservar el registro de las labores cotidianas que se realizan en la Facultad.

Nuevamente, por cambios administrativos, en marzo de 1994, se cambia el nombre del boletín, nombrándolo desde ese momento hasta la fecha, **Gaceta de la Facultad de Contaduría y Administración**, este ejemplar, al igual que los anteriores, cumple el mismo objetivo y su distribución es gratuita entre los miembros de la comunidad de la FCA.

2.1.3. Noti-ANFECA

Esta revista es el Organó de Difusión de la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA). Esta organización tuvo origen en abril de 1959 designándose primeramente como Asociación de Facultades y Escuelas de Comercio, Contabilidad y

Administración de la República Mexicana (AFECCARM) nombre con el que se conoció hasta agosto de 1972, fecha en que adoptó la denominación actual, Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA), la cual tiene, actualmente, más de 160 afiliadas.

La revista **Noti-ANFECA** surge en agosto de 1982, con una periodicidad trimestral y con el fin de que exista una publicación que informe a los miembros de dicha Asociación, de las actividades realizadas en cada una de las afiliadas.

Otros de los fines que tiene **Noti-ANFECA** es el de difundir, a través de sus páginas, trabajos de investigación realizados por las instituciones afiliadas, intercambiar trabajos, revistas y proyectos de investigación. Elaborar periódicamente un documento sobre las actualidades y novedades en aspectos audiovisuales, proveedores y catálogos de programas en video, para cubrir las necesidades de las escuelas afiliadas.

Uno de los principales objetivos que tiene la revista, es el de publicar la relación de trabajos de investigación que realizan los alumnos para su recepción profesional, así como un resumen del mismo y evitar con ello que se copien las investigaciones sin dar crédito. Publicar el catálogo de publicaciones editadas por cada una de las instituciones afiliadas, entre otros documentos de interés general.

Su contenido se enriquece en un 80% con colaboraciones de la comunidad de la misma Facultad y el resto son aportaciones de otras escuelas afiliadas a la ANFECA, llegó el momento en el que, por existir un exceso de material, se decidió que la revista cambiara de trimestral a bimestral, a partir de enero de 1994, la cual tienen un tiraje de 1,000 ejemplares.

2.1.4. *Emprendedores*

Con motivo del 30 aniversario de la Licenciatura en Administración, en 1987, y dar difusión a investigaciones para impulsar el desarrollo empresarial de México, se creó la revista ***Emprendedores***.

En un principio esta revista estuvo orientada especialmente hacia estudiantes o especialistas en el área administrativa.

En cumplimiento del objetivo, de dar servicio a la sociedad, se decidió apoyar a la pequeña y mediana industria, por lo que, a partir de marzo de 1990, se inició una nueva época de la revista ***Emprendedores***. Dentro de su reestructuración se cambió su presentación y desde ese momento adquirió un nuevo lema: "Al servicio de la pequeña y mediana empresa". Actualmente la revista tiene un tiraje de 5,000 ejemplares y se edita bimestralmente.



2.2. El programa Consultorio Fiscal

Uno de los proyectos más importantes que logró cristalizar la Facultad de Contaduría y Administración y que se ha convertido en un verdadero orgullo para su comunidad, es el de Consultorio Fiscal.

El Proyecto Consultorio Fiscal, ahora Programa Consultorio Fiscal, es uno de los esfuerzos más importantes que ha emprendido la FCA en materia de difusión de la cultura fiscal. Dicho programa cuenta, desde un principio, con un programa de televisión; una emisión de radio semanal, con duración de una hora; una revista mensual, (ahora quincenal); el servicio de asesoría fiscal gratuita tanto a personas físicas como a personas morales, vía telefónica o por correo; la grabación de videocassettes con temas fiscales; la impartición de cursos de actualización fiscal y antes, una colaboración semanal en el periódico El Financiero.

2.2.1. Consultorio Fiscal por televisión

En enero de 1984 tomó forma la versión audiovisual del proyecto fiscal, ya que se aseguraba que la Facultad desde esos momentos contaba con los mejores fiscalistas del país. Así, en ese año, surge el programa: "La hora fiscal", conducido por el C.P. Arturo Díaz Alonso, que se transmitía todos los viernes de 8:00 a 9:00 horas, en vivo y con teléfono



abierto al público, a través del canal 9 de Televisa. Después de más de un año ininterrumpido de salir al aire, el programa se termina, por causas desconocidas.

Debido al Interés que el público manifestó por el programa, se retoma la idea en 1986, y ese mismo año sale al aire un nuevo programa: "Consultorio Fiscal", en donde se mantiene una estructura similar al de "La hora Fiscal", ahora conducido por el L.C. Lino Rodríguez Sánchez y en el canal 13 de Imevisión, todos los martes a las 13:30 horas y con tiempo de duración de media hora.

En esta nueva época del programa "Consultorio Fiscal", la respuesta del público fue similar a la de la primera: de gran Interés y participación ante su contenido.

El éxito del programa repercutió extraordinariamente en el interior de la República, al grado de que las Instituciones afiliadas a la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA), solicitaron la transmisión del programa en sus respectivas localidades. El programa salió del aire en 1992, por motivos desconocidos.

A raíz del cambio de administración de la Facultad de Contaduría y Administración, en octubre de 1993, la nueva Dirección a cargo del C.P. y L.A. José Antonio Echenique García, se abocó a retomar el "Programa Consultorio Fiscal", lo cual se le encomendó nuevamente al C.P. Arturo Díaz Alonso, Jefe de la División de Investigaciones de la FCA. Y



fue a partir del 7 de julio de 1994, cuando se inicia la transmisión de un nuevo programa, ahora bajo la conducción del C.P. y Especialista en Fiscal, Javier Belmares Sánchez, dentro de la serie "En lo que dan las siete", en canal 13 de Televisión Azteca, todos los miércoles, de 6:45 a 7:00 hrs.

2.2.2. La revista *Consultorio Fiscal*

Fue tanto el interés del público por el programa de televisión *Consultorio Fiscal* (saturaban los teléfonos durante su transmisión y se recibían infinidad de cartas exponiendo dudas y comentarios), que las autoridades de la Facultad y en especial los miembros del Consejo Editorial, empezaron a idear la forma de publicar información de tipo fiscal.

Es a finales de 1986 cuando inició el proyecto para elaborar una publicación periódica con información exclusivamente fiscal, misma que se ve cristalizada en enero de 1987, con la edición de la revista ***Consultorio Fiscal***, la cual tuvo una aceptación inmediata, ya que ante la gran demanda, al siguiente mes de su aparición, pasó de 3 mil ejemplares a 5 mil ejemplares su tiraje; es decir, en menos de tres años de existencia, alcanzó los 20 mil ejemplares mensuales.

En 1990 ***Consultorio Fiscal*** tenía más de 60 distribuidores en toda la República, así como más de 5 mil suscriptores,

además de que se vendía en tiendas de autoservicio y en todos los puestos de periódicos del Distrito Federal, ya que era distribuída por la Unión de Voceadores de México.

También es importante destacar que la revista, debido a la penetración que ha logrado, cuenta con publicidad pagada y cada vez son más los anunciantes que buscan difusión a través de las páginas de **Consultorio Fiscal**, lo que la convirtió en una revista autofinanciable. En suma, podemos afirmar que la revista **Consultorio Fiscal** es un ejemplo claro del éxito. Además, tiene el orgullo de ser la pionera dentro de su género, ya que actualmente existen en el mercado más de cinco revistas fiscales que tienen una estructura muy similar a la de **Consultorio Fiscal**.

Cabe hacer notar que las secciones que integran a la revista **Consultorio Fiscal** son diversas, además que éstas se han creado conforme a las necesidades de la propia revista y a sugerencia de los articulistas o de los propios lectores.

Hay secciones de periodicidad mensual o bimestral, sin embargo, hay otras que son fundamentales quincena tras quincena. Algunas de las secciones que forman el contenido de **Consultorio Fiscal** son: Artículos, Agenda Fiscal, Financiero Contable, Casos y Formularios Fiscales, Consultas Fiscales, Tesis y Jurisprudencia, Política Económica y Fiscal, Noticias Fiscales, ¿En qué invertir?, Comercio Exterior, Seguridad Social e INFONAVIT, Contencioso Fiscal, ISSSTE, entre otras.



2.2.3. Consultorio Fiscal por radio

En el mismo año en que nació la revista, 1987, y para redondear la cobertura de Consultorio Fiscal, a través de los medios masivos de comunicación, se inició la producción del programa de radio, que sería transmitido a través de Radio UNAM, el cual en un principio tenía una duración de 10 minutos y pasaba los martes y jueves de cada semana.

En 1989 el programa de radio de **Consultorio Fiscal** cambió de horario: se transmitía sólo los jueves con una duración de media hora, pues se requería de más tiempo por el exceso de preguntas que había. Esta misma demanda, más el interés del público por los temas fiscales ha ocasionado que, desde 1991 a la fecha, el programa de radio tenga una duración de una hora, todos los miércoles de 12:00 a 13:00 hrs., a través de Radio UNAM.

2.2.4. Otras actividades del Programa Consultorio Fiscal

A la par de todas las actividades señaladas, la División de Educación Continua de la FCA, lleva a cabo, periódicamente, cursos sobre información fiscal, los cuales siempre gozan de una gran concurrencia. Aunado a ello, la Facultad, a través de su Unidad de Métodos Audiovisuales, empezó a producir desde 1987, los videocassettes:



"Reformas fiscales" y "Miscelánea fiscal" como un servicio más al público y que a la vez representa una importante fuente de ingresos para la propia Facultad.

Otra forma muy exitosa de difusión masiva, sobre temas fiscales, es la colaboración semanal que apareció en el periódico El Financiero, durante 1989-1990; sin olvidar el servicio de Asesoría Fiscal gratuita que la Facultad proporciona al público en general, a través de la vía telefónica y por correo.

En resumen, el Programa Consultorio Fiscal ha sido uno de los esfuerzos que mayores satisfacciones ha proporcionado a la Facultad, ya que en muy pocos años se consolidó y se expandió. De esta manera, la Facultad de Contaduría y Administración extiende la cultura al servicio de la sociedad.

El Consejo Editorial de la Facultad decidió la creación de un nuevo órgano informativo especializado en el área fiscal, denominado **Consultorio Fiscal**, para proporcionar a los lectores elementos teóricos-prácticos suficientes y especializados en relación con esta área, permitiendo la actualización y utilización óptima de los mismos, en la planeación y evaluación de las organizaciones.

Su tiraje inicial fue de 3,000 ejemplares mensuales, que para 1990 aumentó a 20,000. Fue una revista totalmente autofinanciable, con distribuidores en toda la República



Mexicana. El tiraje total de los 34 números fue de 435,000 ejemplares en el periodo 1987-1989.

En 1990 se mejoró la calidad tanto del formato como del contenido de la revista **Consultorio Fiscal**. Se editaron 12 números con periodicidad mensual y con un contenido de 132 artículos publicados en 1,164 páginas. El tiraje acumulado en este periodo ascendió a 234 mil ejemplares, de los cuales se vendieron, aproximadamente, 98 por ciento en 42 ciudades de 28 estados del país. Desde 1990 se cuenta con 5,800 suscriptores y 79 distribuidores que manejan 122 puntos de venta.

En resumen, quedó demostrada la importancia y trascendencia que para la Facultad de Contaduría y Administración tienen las publicaciones que edita, y en especial, la revista **Consultorio Fiscal**, pues con ello se comprobó que, a pesar de ser una revista especializada, ha logrado mantenerse dentro del mercado y conservarse por más de nueve años. Lo anterior, con el apoyo de otros servicios que ofrece la propia Facultad, dentro del área fiscal.



Capítulo 3. Participación del Editor en la Producción Editorial de la revista *Consultorio Fiscal*.

En este último capítulo se analizarán las funciones del Editor especializado de la revista *Consultorio Fiscal*, para lo cual se explicará cada una de las funciones que éste cumple, así como las áreas donde él interviene.

Después de nueve años de vida de la revista *Consultorio Fiscal*, el trabajo editorial no deja de ser sorprendente, cambiante y, por qué no decirlo, muy emocionante. La ciencia y la tecnología han contribuido para que sean notorios todos estos aspectos, sin embargo, las funciones del Editor siguen siendo las mismas, solamente que éstas se han adaptado al vertiginoso cambio tecnológico de nuestros días y en algunos casos el Editor ha alcanzado la especialización en la materia que edita.

En la última década del presente siglo, el uso de la computadora es fundamental; la compouser, las galeras de tipografía, la composición manual, entre otras, pasaron de moda; actualmente, la composición con impresora láser es el proceso de mayor auge en nuestra época. Es el proceso que se vale de un procesador de palabras, uno o varios programas de edición de diseño, una computadora



y una Impresora láser, lo cual se describirá con más detalle más adelante.

Como toda publicación de calidad, o que se precie de serlo, debe de contar con un Consejo Editorial; la Facultad de Contaduría y Administración integró uno desde hace varios años, y es éste quien evalúa todas las publicaciones que edita la Facultad.

3.1. Consejo Editorial

Para asegurar que los materiales a publicar realmente tengan calidad académica, se instaló un Consejo Editorial que está integrado por personas de reconocido prestigio académico y que están ligadas, profesionalmente, tanto a la Contaduría, Administración e Informática, así como al área de edición y su objetivo principal es: autorizar el material a editar, para que sirva de apoyo en el proceso de enseñanza-aprendizaje, tomando como base los planes de estudio vigentes, tanto de la Licenciatura como Posgrados, en la Facultad de Contaduría y Administración.

Desde su creación en 1982, el Consejo Editorial ha sesionado ordinariamente una vez por mes y se ha reestructurado conforme a sus propias necesidades. En ese entonces, una sólo revista motivaba su existencia: **Contaduría y Administración**, la cual ha logrado consolidarse como publicación de tradición; sin embargo, ahora es una más de todas las publicaciones de la Facultad.

Algunas de las principales actividades encomendadas al Consejo Editorial son las siguientes: Recibir el material que pueda editarse, evaluar y supervisar el proceso de edición y distribución de las publicaciones, analizar los reportes de venta, proponer material y difundir la labor editorial entre profesores y alumnos.

La función del Editor especializado de *Consultorio Fiscal* comienza desde el Consejo Editorial, ya que al igual que el Director Técnico de la revista, debe asistir a cada sesión del Consejo, con el fin de conocer todos los comentarios y sugerencias que sobre la misma se emitan. Ya que, posteriormente, en el desarrollo de su trabajo, ejecuta todo lo manifestado por el Consejo Editorial.

3.2. Dirección Técnica

Como todas las revistas y mucho más las especializadas, se basan en una Dirección Técnica, dicha responsabilidad recae en una o varias personas. Esta actividad la desarrolla, por lo general, una persona especializada sobre el tema; en el caso de *Consultorio Fiscal*, la Dirección Técnica está en manos del C.P. Javier Belmares Sánchez, reconocido fiscalista a nivel nacional. Creador del Programa Consultorio Fiscal, el cual consta (como ya lo mencionamos en el capítulo 2) de: un programa de televisión, un programa de radio, asesoría fiscal gratuita y obviamente la revista *Consultorio Fiscal*.



El C.P. Javier Belmares fue quien presentó el proyecto general de lo que hoy es la revista pionera dentro de este tipo de publicaciones. La principal actividad del contador Belmares Sánchez como Director Técnico de **Consultorio Fiscal**, es la de abastecer constantemente de artículos a publicar. Esta labor no es nada fácil, pues se requiere, también, de expertos en el tema y que además lo sepan plasmar correctamente.

La Dirección Técnica de **Consultorio Fiscal**, está en constante comunicación con el Editor de la misma, el cual debe ser, como ya se mencionó, un Editor Especializado pues las funciones de éste, dentro de la producción editorial, inician cuando el Director Técnico entrega todo el material que deberá integrar el contenido de cada revista.

En el caso de **Consultorio Fiscal**, la labor del Editor Especializado no inicia precisamente en el momento de recibir los artículos a publicar u originales, en ocasiones, el Editor es el que está en constante comunicación con los articulistas con el fin de que éstos trabajen sobre un tema en especial. Dentro del área fiscal existen lo que se denomina "tema de temporada" como son: Declaración Anual de Personas Físicas o Morales, Reparto de Utilidades, IMSS, SAR, entre otros; A este tipo de artículos el Editor especializado de **Consultorio Fiscal** los denomina "hechos sobre pedido".

La Dirección Técnica de **Consultorio Fiscal** es la que marca los lineamientos a seguir, define los materiales a



publicar, para darle un equilibrio exacto a la revista, además de llevar a la práctica todos los comentarios del Consejo Editorial. Para lograr lo anterior existen reuniones con todos los articulistas con el fin de transmitirles todas las inquietudes y necesidades de los lectores de la revista, además de motivarlos con el fin de que cada vez más se incrementen el número de artículos a publicar.

3.3. Presentación de originales

"Lo que bien empieza bien ha de terminar. Si un autor se ha preocupado por escribir con todos sus conocimientos, entonces forma y fondo serán binomio indisoluble". (16)

Un original correcto, limpio, terminado en toda la extensión de la palabra, es el primer paso fundamental y hasta decisivo, de una obra impresa con pulcritud. Un original con estas características facilitará todo y permitirá el ahorro de tiempo, dinero y trabajos inútiles o desgastantes. Con el escrito bien presentado puede calcularse de antemano la cantidad de papel que se requiere y el número de páginas de la revista ya impresa.

Las características que debe tener un original, según Roberto Zavala, son las siguientes: La primera condición que debe reunir un texto es la legibilidad y con esto varios aspectos: El papel debe ser blanco y opaco: el brillo,

(16) Zavala Ruiz Roberto. *El libro y sus orillas*. p.63

como en otros campos, fatiga e induce a cometer errores. Y no debe de ser transparente, pues a todos resulta molesto leer una cuartilla que permite ver la siguiente. El papel bond es el más adecuado; en cuanto al tamaño, ha de ser uniforme: carta 21,5 x 28 centímetros, de preferencia del mismo paquete, ya que las medidas varían según las marcas. (17)

Debe escribirse a doble espacio, de manera que la página tenga entre 27 y 30 líneas; cada línea deberá tener entre 65 y 70 golpes o pulsaciones (signos y espacios también se cuentan), asimismo, de modo uniforme, lo cual dará como resultado aproximadamente 1,800 golpes por cuartilla. (18)

Si se tienen en cuenta las observaciones anteriores, la página dispondrá de buenos márgenes. La escritura debe centrarse en el blanco de la hoja, de suerte que en cabeza y pie, descontando el folio, queden unos tres centímetros, lo mismo que a uno y otro lados. Pues se necesita espacio suficiente para escribir indicaciones, enmendar errores y hacer las anotaciones tipográficas correspondientes. Al comienzo de cada párrafo se dejará una sangría de cinco golpes, esto es, se empezará a escribir en el sexto. Se dejará sin sangrar el párrafo inicial y los que siguen a un subtítulo. (19)

(17) *Ibidem.* p.109

(18) *Ibidem.* p.110

(19) *Loc. cit.*



El trabajo editorial se facilita con originales de hojas sueltas y escritas por una sola cara. El original debe estar follado correlativamente desde la primera hasta la última página; en la penúltima página, después del número, la conjunción "y" para indicar que con ella termina la obra en la siguiente página. Si agregados posteriores a la mecanografía obligan, por su extensión, a incluir una o más páginas, éstas se señalarán con un signo (puede ser un asterisco) o con una letra añadida al número de la página anterior (31a, por ejemplo), o bien, incorporando a ese mismo folio, la palabra "bis".

En el caso de cuadros, gráficas e ilustraciones que acompañan a determinados artículos, y que en el caso de **Consultorio Fiscal** son muy frecuentes, deben ir mecanografiados, además de completos, deben ser aptos para su reproducción, pues no son material de adorno de un artículo, sino material ilustrativo.

Sin embargo, nos enfrentamos a una realidad muy diferente en la práctica, el concepto de original, antes citado, lo podríamos emplear muy bien en una publicación bimestral o mensual, por lo menos, o para la edición de un libro, pero para una revista como **Consultorio Fiscal**, que tiene una periodicidad quincenal, el tiempo es un factor que siempre está en contra y el cual se debe tener muy presente.

A pesar de que existe un calendario establecido para cada una de las partes que componen el proceso de



producción de la revista, (ver anexo 1), dicho calendario está ajustado contando hasta los minutos de cada día, con el fin de que **Consultorio Fiscal** siempre esté al día, y su distribución no tenga retraso alguno.

Aquí citamos una actividad más del Editor, especializado pues anualmente o semestralmente, como él lo decida, debe realizar este calendario con el fin de entregárselo a cada una de las partes que intervienen en el proceso de edición de la revista, las cuales son: Dirección Técnica, Impresor y Departamento de Distribución.

Pese a lo anterior, si los originales no son entregados dentro de las fechas señaladas y lo hacen un día después, lo anterior puede originar un retraso hasta de tres días, los cuales recaen en la etapa de distribución.

En fin, cuando el original ya está en manos del Editor, éste tendrá que marcarlo tipográficamente y entregarlo de inmediato a la imprenta para que se inicie el proceso de captura y, posteriormente, el de formación.

Es muy común que los originales de **Consultorio Fiscal** estén acompañados de diversas formas fiscales, tales como: Declaraciones Anuales, Registro y Afiliación al IMSS, diversos Formularios de Hacienda, entre otros. Todos estos formularios son de vital importancia en la revista, por lo que siempre se les

destina una página de la misma, a cada hoja de dichos formularios.

Los formularios traen diversos problemas, quizás el más común es su poca legibilidad, por la pésima impresión de los mismos, y cuando éstos se publican en la revista, son totalmente ilegibles; por lo tanto, y si el tiempo lo permite, se elabora un original mecánico de dicha forma.

Elaborar dichos originales es muy laborioso y de sumo cuidado, por lo que el Editor especializado debe estar muy atento a las labores del Departamento de Diseño, lugar donde se tendrán que elaborar dichas formas. Estas formas son revisadas en primera instancia por el cotejador y, posteriormente, por el Editor, quien en promedio las revisa dos veces o más, hasta estar seguro de no encontrar ningún error.

En aras de la brevedad, resumiremos en siete puntos lo que en realidad es una danza continua del original y junto a él, la labor del Editor, pues desde el momento que llega el original a su poder y éste es avalado por la Dirección Técnica, de la mano va cada una de las funciones del Editor, las cuales son: del autor al Editor, a la Imprenta, al cotejador, de éste al Editor, al Impresor, al Editor y nuevamente al Impresor, en un proceso de limpieza continua: la corrección de pruebas.

3.4. Tipografía

"Se ha dicho que la tipografía es el arte de imprimir; como todo arte, obliga a quien lo ejerza despegar los



conocimientos técnicos, pues es bien sabido que el ojo que lee es humano y se fatiga, por lo tanto la tipografía no es de decoración sino de utilidad por lo tanto no debe distraer al lector" (20)

Como ya se mencionó, una vez en manos del Editor el original, éste debe entregarlo de inmediato a la Imprenta para que se inicie el proceso de producción, para lo cual el original ya deberá tener las anotaciones tipográficas necesarias, con el fin de que el capturista esté conciente de lo que el Editor solicita. En el original se debe marcar cómo debe ir la tipografía, ejemplo:

-redonda	- <i>cursiva</i>	-VERSALES
- negrita cursiva	- negrita	-VERSALITAS

Simultáneamente se debe señalar la familia tipográfica que se utilizará, la cual puede ser:

Consultorio Fiscal	- Times Roman
Consultorio Fiscal	- Arial
<i>Consultorio Fiscal</i>	- <i>Paradis</i>
<i>Consultorio Fiscal</i>	- <i>Brush Script</i>
Consultorio Fiscal	- AvantGarde
Consultorio Fiscal	- Casablanca
Consultorio Fiscal	- Bahamas
Consultorio Fiscal	- Century Gothic

(20) *Ibidem.* p.68



Consultorio fiscal	• Bedrock
Consultorio Fiscal	- Courier New
Consultorio Fiscal	- Bookman Old Styte
Consultorio Fiscal	- France
Consultorio Fiscal	- Memorandum
Consultorio Fiscal	- Toronto

Al mismo tiempo deberán marcarse los puntos (tamaño) o cuerpo de la letra en los que se imprimirán la cabeza o títulos, subtítulos, créditos, texto, entre otros; así como la interlínea que también se halla relacionada con el cuerpo del tipo, el tamaño de la caja y hasta con la familia tipográfica.

Título o cabeza 24 pts.

Créditos	11 pts.
Texto (artículos)	10 pts.
Información normativa (Diario Oficial de la Federación)	8 pts.

En el caso de **Consultorio Fiscal** los capturistas, formadores y diagramadores de la revista ya conocen las características de la misma, solamente en ocasiones especiales, cuando un artículo requiere de alguna formación diferente o que rompe con el esquema ya establecido de la revista, es cuando se le dan indicaciones adicionales, en los originales, a los capturistas. De lo contrario, se continuará con la captura y formación ya establecida con anterioridad, entre el Editor y la Imprenta.



Como ya se mencionó, el primer paso a seguir, ya estando los originales en la imprenta, es la captura de información, lo que se convierte en nuestra tipografía, hablando en términos editoriales. La tipografía empleada no es arbitraria ni se cambia en cada número de la revista. Esta ya fue seleccionada con anterioridad, al mismo tiempo que se presentó el diseño completo de la revista, pues es obligación de todo Diseñador, a la hora de presentar sus propuestas tanto de interiores como de forros, incluir diferentes tipografías para que se seleccione alguna de ellas.

El proyecto de *Consultorio Fiscal*, fue presentado al Consejo Editorial en 1986, y fue éste quien aprobó el actual formato de la revista; tanto en diagramación como en formación se ha ido evolucionando según las necesidades de la propia revista.

Se describen a continuación algunas características de lo que se denomina tipografía. "Se llama familia al conjunto o colección de tipos y cuerpos de un mismo dibujo o trazo, es decir, de un mismo estilo, obtenidos a partir de un diseño básico. Se calcula que hay más de tres mil tipos existentes hoy en día, pero se trata en realidad de meras variedades de cuatro familias fundamentales". (21)

(21) *Ibidem* p. 47

Los especialistas clasifican los caracteres de maneras muy diversas, atendiendo algunas veces al origen de los tipos, otras a su trazo y sus características generales. Sólo mencionaremos dos de estas clasificaciones, una que agrupa los tipos en cuatro grandes ramas y otras que los dispone en once grupos. La primera es la más común en los tratados de tipografía y es también la más aceptada. (22)

Debe señalarse que cada familia y cada cuerpo tienen sus correspondientes series o variedades de cursivas, redondas, fina, negra, etcétera.

*Agustín Millares Carlo sigue a dos autores: Stols, Teoría de la composición manual, y Díaz de León, Consejos para editar libros, al exponer la división de los tipos en los cuatro grupos o familias fundamentales que son: la antigua o grotesca, la egipcia, la romana antigua o elzevirianos, y romana moderna o didot. Y son 11 los grupos o clases, a saber: 1) veneciano, 2) antiguo, 3) moderno, 4) de transición, 5) sin patas, 6) de patas cruzadas, 7) gótico, 8) manuscrito, 9) siglo XX, 10) contemporáneo, y 11) tipos para periódico".(23)

Sólo la experiencia de muchos años, en el oficio, permite a los tipógrafos distinguir, a primera vista, un tipo de otro semejante. Para correctores, autores y Editores es

(22) *Ibidem* p.48

(23) *Ibidem* p.49

indispensable, por lo menos, advertir cuando en la composición llega a colarse una letra, una palabra o una frase en tipo distinto. Mucho ayuda al aprendizaje la comparación constante de los rasgos característicos de una familia con otra.

3.5. Diagramación y formación

Al igual que la tipografía, la diagramación y formación de **Consultorio Fiscal** fue seleccionada por el Consejo Editorial, desde el momento en que se aprobó el diseño completo de la revista, tanto de interiores como de forros, se diagramó y formó una hoja, la cual es la base para cada revista. Dicha hoja tendrá determinadas características que siempre deberá llevar; a esta hoja la denominaremos hoja maestra o machote, la cual fue elaborada a través de un paquete computacional para diseño.

En el caso de **Consultorio Fiscal** se trabaja a través del paquete Page Marker, el cual, a consideración de los estudiosos del Diseño Gráfico, es el que proporciona mayores alternativas para el desarrollo de su trabajo. (Ver Anexo 2)

La hoja maestra está formada con determinadas características como lo es la caja o mancha de composición, esto es: "el espacio que ocupa la página tipográfica sin los márgenes, es decir, la parte impresa en la plana. Dicho de otra manera, la



caja es la figura geométrica que forman las medidas de ancho y alto de la composición tipográfica".(24)

Para el caso de *Consultorio Fiscal*, la caja principia desde la comisa, siempre situada en la parte superior de cada página, la cual, en páginas Impares incluirá el título del artículo y, en las pares, el nombre del autor. También se considera parte de la caja, el folio que lleva cada página, sea par o Impar, al pie del texto en el lado exterior; este folio va acompañado con el título de la revista, lo cual fue propuesta del propio diseñador, con el fin de que si es fotocopiado algún artículo, se conozca la fuente del mismo. (Ver Anexo 2)

Nuevamente hay que resaltar la labor del Editor, ya que desde que revisó y entregó el original a la imprenta, tuvo que haber señalado cómo tenía que ser vaciado cada artículo, dentro de la caja, es decir, considerando el espacio que se tiene, indicar el número de columnas; esta decisión se hace después de haber evaluado las características de los artículos y las dimensiones de los cuadros, anexos, formularios que normalmente acompañan a los mismos, dentro de *Consultorio Fiscal*.

En *Consultorio Fiscal* hay reglas establecidas, entre el Editor especializado y la Imprenta, para la formación de

(24) *Ibidem*, p.51

determinadas secciones de la revista; por ejemplo, el Editorial siempre deberá ir a una columna, o cuando se tienen artículos que son muy extensos y no contienen ninguna ilustración gráfica o cuadro, ese artículo deberá ser formado a tres columnas, pues el Editor debe saber que el lector promedio no puede abarcar, cómodamente, más de 12 palabras por línea, lo que, expresado en caracteres, representa unas sesenta letras o signos. (Ver Anexo 2)

Una vez más se puede constatar que la labor del Editor Especializado es indispensable para el desarrollo correcto de la producción editorial de *Consultorio Fiscal*, sin él, esos "pequeños detalles" que normalmente el lector y en ocasiones el autor ignoran, son pieza fundamental para una presentación correcta y con calidad, de la revista.

3.6. Primeras, Segundas Pruebas y Contrapruebas

Anteriormente existía lo que se conocía como corrección de galeras (en el sentido más preciso, son tablas que va componiendo el linotipista o el cajista; existe otro término, galerada, con que se denomina a las líneas de letras que se guardan en la galera), que consiste en buscar y hallar todos los errores de imprenta, llamados erratas o gazapos, los cuales se originaban en la captura de los originales ahora ya compuestos en el tipo y tamaño letras de imprenta, pero aún sin presentarse en la forma en que finalmente quedarán.

Actualmente este proceso se ha eliminado, ya no se forman galeras, ahora, después de capturar todo el texto a través de algún procesador de palabras (Word5, Word Perfect, Works, entre otros) de inmediato se pasa a un paquete de diseño a través del cual se formarán cada una de las páginas de la revista, con determinadas características, como se señaló en el apartado anterior. Por lo tanto, ahora es hasta las primeras pruebas cuando se realiza el proceso de cotejación.

El proceso de cotejar se debe realizar entre dos personas: corrector y atendedor. Este último debe leer en voz alta el original y el corrector, en silencio, las primeras pruebas. De este modo se garantiza la integridad de la obra. Las correcciones deben anotarse en los márgenes, con tinta roja o azul, de tal modo que el capturista pueda identificar rápida y fácilmente el lugar en que se halla el error. (Ver Anexo 3)

En *Consultorio Fiscal* existen las dos personas indispensables para realizar las funciones antes mencionadas, quienes dependen directamente del Editor, pues es éste el que les notifica cuando los materiales (artículos) están listos, para que puedan realizar sus funciones. Nuevamente el tiempo es un factor preponderante, pues se requiere que este trabajo se desarrolle, de ser posible, en un sólo día, y hablamos de que, aproximadamente cada quincena, la revista tiene 120 páginas, las cuales equivalen a alrededor de 200 cuartillas de originales.



En la práctica, a los cotejadores se les proporciona el material en parcialidades, de la misma forma como los articulistas lo entregan, (pese al calendario ya establecido) pues nunca se ha logrado tener el 100 por ciento de la revista desde el primer proceso (captura); además de que la información normativa (Diario Oficial de la Federación) se selecciona día con día y el Editorial es lo último que se integra al contenido de la revista.

Después que se concluyó el trabajo de cotejación, se envían nuevamente las primeras pruebas a la Imprenta, con el fin de que se efectúen las correcciones marcadas. Posteriormente a esta fase, se entregan al Editor lo que ahora denominaremos segundas pruebas, las cuales tendrá que leer muy cuidadosamente para verificar que se hayan hecho todas las correcciones; si bien es necesario cotejar siempre los nombres raros, fechas, datos que despierten dudas respecto de su exactitud y, en el caso de **Consultorio Fiscal**, checar detenidamente las cantidades, es fundamental.

También en esta etapa debe comprobarse qué cuerpos y series corresponden a las ordenadas en la anotación tipográfica o acordadas con la Imprenta, lo mismo que blancos de todo tipo, falsas, sangrías, justificaciones, etcétera. Es preciso, además, verificar la colocación adecuada de llamadas, notas, folios, cornisas, nombres de secciones, cuadros, formas fiscales y demás complementos del original.



En esta fase, el Editor especializado debe poner atención a las cabezas o títulos, subtítulos, créditos, en los que ha de cuidarse su justificación o centrados correctos, que no haya cortes de palabras y que los cuerpos y series sean siempre los mismos para cada jerarquía.

Otra actividad importante del Editor especializado, dentro de la etapa de revisión de pruebas, es el ajuste de páginas, que consiste en aumentar o quitar palabras o frases, sea para ganar una línea, evitar una viuda (se le denomina a una línea corta, es decir, con un renglón incompleto, puesto que la presentación desmerece; cuando no puede hacerse un recorrido para evitar esta falla, se procurará que la línea ocupe por lo menos tres cuartas partes del ancho de la caja; también se considera viuda cuando, al final de la página, sólo queda un renglón de un párrafo y el resto continúa en la siguiente página), suprimir un blanco inadecuado, sea para completar una plana que el formador ha dejado así deliberadamente, con alguna indicación, a fin de que el corrector modifique la redacción y haga una línea más sin alterar el sentido del texto y respetando el estilo del autor.

Las contrapruebas o contras se piden y revisan para verificar que se hayan hecho completa y adecuadamente las correcciones indicadas en las primeras planas. Cuando hay pocos errores, basta con las segundas pruebas, pero cuando éstos abundan hay que solicitar terceras y hasta cuartas, hasta asegurarse de la limpieza de la composición.

Para **Consultorio Fiscal**, el Editorial de cada revista es revisado generalmente cuatro veces o más, por lo que rompe con lo establecido en la revisión de pruebas, sin embargo, cabe resaltar que hay ocasiones en que algunos artículos también son revisados ese número de ocasiones.

Cuando el Editor está convencido de que la follación es la definitiva, debe elaborarse el índice o contenido, lo que da pauta para que también se realice la última fase de los interiores de la revista, que es la de formar pliegos o hacer el cierre definitivo, como lo denominamos en **Consultorio Fiscal**.

Para realizar el cierre de la revista, la follación final siempre debe de hacerse en un número múltiplo de ocho; para el caso de **Consultorio Fiscal**, la base de nuestro pliego es de dieciséis y, en ocasiones, también puede cerrarse con un cuarto de pliego, de cuatro páginas, lo que generalmente se hace para poder incluir todo el material que se tiene destinado para cada número de la revista, pues actualmente uno de los problemas a los que se enfrenta la revista, es al exceso de material, lo que ocasiona que cada quincena se tengan ejemplares de entre 120 y 124 páginas.

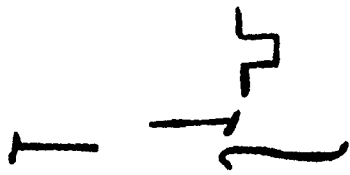
En seguida se presenta un listado con los signos más usuales en la producción editorial, si bien es cierto que en este campo pueden hallarse variantes de un país a otro,

En seguida se presenta un listado con los signos más usuales en la producción editorial, si bien es cierto que en este campo pueden hallarse variantes de un país a otro, incluso de una editorial a otra, se pretende, sin embargo unificar y generalizar estos signos:

<i>libro</i>		Cursivas.
<u>mamá</u>		Versalitas.
<u>unam</u>		Versales.
país		Negritas.
□		Poner sangría.
┌		Quitar la sangría, alinear el texto.
φ φ φ		Quítese, elimínese.
vale	tuís	Déjese lo tachado, vale lo tachado.
* *		Abrir o separar letras, signos o palabras.
φ		Unir o cerrar espacios entre letras, signos o palabras.
┆		Abrir o separar líneas o signos.
→	⊕	Unir o cerrar líneas o signos.



Alinear la composición a la derecha.



Alinear la composición a la izquierda.

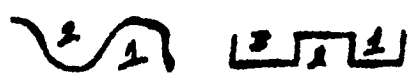


Punto y seguido.

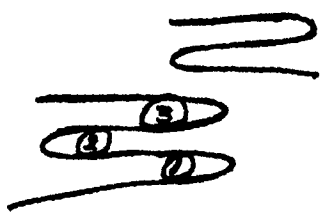
Punto y aparte.



Transposición de dos palabras o grupos de palabras.



Transposición de tres palabras o grupos de palabras.



Transposición de dos líneas.

Transposición de tres líneas.



Indica que al final de línea aparecen indebidamente más de tres guiones y signos de puntuación o más de tres letras iguales, o dos palabras iguales.



Lo mismo pero a principio de línea.

M E K P

Cruzando una versal, significa ponerla en baja. Sin embargo, lo más usual es anotar una llamada y escribir al margen de la letra que debe ser bajada, con tres rayitas por encima de ella: $\bar{L} \bar{M} \bar{P} \bar{S}$. Lo contrario, poner en mayúsculas una baja, se indica poniendo esas tres rayitas debajo de la letra: $mshh$

///

Igualar el espacio entre letras o palabras.

~~~~~

<///>

Eliminar espaciado.

↘

De izquierda a derecha, por sílabas, indica el recorrido que ha de hacerse para ganar una línea y ajustar una página. De derecha a izquierda, por sílabas, indica el recorrido que habrá de hacerse para aumentar una línea y ajustar una página.

↗

1

7

e

Puesto sobre una letra o un número indica convertido en subíndice.



f 7 3

Puesto bajo una letra o número  
Indica ponerlo volado o hacerlo  
exponente.

o

Poner punto.

o

Poner dos puntos.

o

^

Poner coma.

.....

---

Limpiar letras.

E

m

Letras de otro tipo o cuerpo.

i i

i I

Suprimir acento. También se  
Indica escribiendo la letra sin  
accento, sin más.

L

P

Letra rota o golpeada que debe  
cambiarse en el almacén del  
lino tipo.

/ | ~ ||

Evitar calles o callejones(25)



### **3.7. Publicidad**

La publicidad en interiores de la revista y en los forros ha provocado que la revista haya alcanzado un gran prestigio, no solo local sino hasta nacional, lo cual trae como consecuencia que la revista sea autofinanciable.

La publicidad en *Consultorio Fiscal* se maneja igual que en los periódicos o en otras revistas: existe un departamento encargado de hacer la venta de espacios publicitarios. En nuestro caso, la Facultad de Contaduría y Administración decidió la contratación de una Agencia Publicitaria (PROTEA, S.A. de C.V.) quien entrega quincenalmente su orden de Inserción en la cual se anota el cliente, las características de anuncio y la posición y página que ocupará; en esta orden también se incluye a los forros, de los cuales se hablará más adelante.

Cuando se entregan los originales también se debe entregar a la imprenta una copia de la orden de Inserción, con el fin de que se trabaje la formación de los artículos, simultáneamente a la asignación de espacios para la publicidad. En ocasiones, la orden de Inserción llega posterior a la entrega de originales, por lo que será hasta las correcciones de las primeras pruebas cuando se incluya la publicidad. (Ver Anexo 4)

Hay ocasiones en que a pesar de que están listos los originales y casi a punto de autorizarlos para su impresión,



se tienen que hacer modificaciones, ya sea porque algún anunciante solicita un cambio o hay un nuevo anuncio que incluir, y aquí el tiempo es determinante, pues estos cambios no deben dar como resultado ningún atraso, por lo que en ocasiones, y casi siempre, se tiene que trabajar los fines de semana, días festivos y hasta hay que velar, con tal de que la revista salga al mercado oportunamente.

Ahora que si se está en el final del proceso de producción y el Editor casi a punto de cumplir su misión quincenal, en el caso de **Consultorio Fiscal**; después de haber revisado minuciosamente cada una de las etapas y supervisado que todos los anuncios estén integrados a la revista, llega el momento decisivo para la impresión de la misma: la autorización.

Quizás la autorización sea lo más fácil de hacer, de toda la revista, para el Editor, sin embargo, las erratas es algo que hasta el momento no se ha podido eliminar de todo trabajo editorial; los famosos duendes de las imprentas, (en la jerga periodística y en general de las imprentas, se les denomina así a los errores que aparecen impresos, de los cuales ni el autor, corrector, Editor e Impresor lo aceptan como suyo), por lo tanto, aunque se da la autorización para imprimir, el Editor especializado no estará tranquilo, hasta no ver la revista ya impresa y revisarla; es hasta ese momento cuando el puede estar tranquilo o empezar a preparar alguna fe de errata.



El "tírese", que también suele decirse "imprímase", es la firma con la que se autoriza la impresión definitiva de la revista, para el caso de *Consultorio Fiscal*, el Editor es la única persona de la Facultad, que puede dar la autorización de la revista. También en ese momento se le notifica a la imprenta el número de ejemplares que se requieren, para obtener este dato el Editor recibe una notificación por parte del Departamento de Distribución y Comercialización de la Facultad.

La firma de autorización también debe de ir acompañada con la fecha y en algunas imprentas se acostumbra poner también la hora en la que se entrega el material para impresión; no hay que olvidar el factor tiempo, con el fin de medir los tiempos que la imprenta está empleando en la impresión, los cuales no pueden exceder a los acordados entre el Editor e Impresor.

Hay que mencionar que otra actividad del Editor especializado es la de medir los tiempos de la imprenta, tanto para elaborar originales como para imprimir, y si éstos exceden de los normales, se tendrá que buscar otra imprenta que ofrezca imprimir el material en un periodo más corto.

### **3.8. *Elaboración de forros***

Denominaremos forros o cubiertas a las cuatro páginas que cubren todo el contenido de la revista, que



generalmente son en distinto papel y diferente impresión que el de páginas interiores. La cubierta y la portada, como en los libros, son dos páginas distintas. En estos casos, la cubierta es exterior y la portada, como en los libros, es interior, pues en esta última es donde se coloca el nombre del autor, el título de la obra y el pie editorial. Sin embargo, pese a que es un error nombrarla portada, el uso hace ley y actualmente se admite que en las revistas, la cubierta sea denominada portada. (26)

Cubierta o primera de forros, para **Consultorio Fiscal** es la más importante, como para todas las revistas, pero en el caso de las revistas especializadas en Fiscal, es la única que utiliza imagen de apoyo al tema principal. (Ver Anexo 5)

Desde su creación, **Consultorio Fiscal** decidió utilizar una imagen, que sirviera de apoyo al tema central de cada número, la imagen es seleccionada quincenalmente por el Editor especializado de la misma, pues es quien mejor conoce los temas que se incluirán. Para ello asiste a Image Bank (Banco de Imágenes), sucursal México, donde selecciona una fotografía entre 50, aproximadamente, cada quincena. Una vez seleccionada la imagen, se alquila

---

(26) Zavala Ruiz, Roberto. Op. cit. p.22

y se entrega a la Imprenta, que se encarga de darle la proporción correcta dentro del espacio que se tiene considerado para la fotografía en la portada. (Ver Anexo 5)

Mientras tanto, se prepara el original mecánico de la revista, el cual deberá contener todos los requisitos que la Secretaría de Gobernación solicita para cualquier publicación, que son: Título, registro, fecha, permiso y en este caso, como es una publicación de la Universidad Nacional Autónoma de México, debe incluirse, el nombre completo al igual que el nombre de la Facultad que la produce. Actualmente también se requiere de un Código de Barras, con el que se pretende tener mejor control de ventas y distribución de la revista.

Además de los elementos obligatorios, en la primera de forros o portada se deben incluir de tres a cuatro títulos de los principales artículos que se publicarán, los cuales son puntos claves para la venta de la revista, lo cual ayudará, indiscutiblemente al lector o usuario para saber si la revista le interesa o le será de utilidad.

Cabe señalar, que al igual que el Editorial, la Portada es revisada por el Editor Especializado más de tres veces, hasta estar seguro de que no existe ningún error en la misma. La selección de artículos que deberán ir en portada, la hace la Dirección Técnica de la revista, pues quien mejor que un



especialista en la materia, para saber cuáles son los temas que más interesan a los estudiosos de fiscal.

Segunda de forros o retracción de portada. Siempre será utilizada para un anuncio de plana completa y que vaya en selección de color. Al igual que los anuncios interiores, la Agencia de Publicidad es la encargada de notificarte al Editor qué empresa o producto se anunciará en cada número.

Tercera de forros o retracción de contraportada. Este espacio está asignado para publicar carteles de eventos que organiza la propia Facultad de Contaduría y Administración, la ANFECA u otra Universidad Incorporada. También se emplea para publicar el cupón de suscripción a las revistas que edita la Facultad.

Cuarta de forros o contraportada. Este espacio es el más codiciado por los anunciantes, además de tener un costo más elevado en comparación a la segunda y tercera de forros. Por lo regular, esta página se negocia por año y se le asigna al mejor cliente o en el caso de **Consultorio Fiscal** como es una revista quincenal, la primera quincena de mes la tiene determinada empresa y la segunda quincena, se le vende a otro cliente.

Después de haber definido que es lo que se publicará en los forros, la Agencia de Publicidad tiene la obligación de entregar al Editor los negativos y el cromalín (prueba



## ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

Impresa de cada anuncio en color) de cada uno de los anuncios, los cuales serán entregados a la Imprenta, para imprimir de inmediato los forros, ya que este proceso requiere de más tiempo, por el acabado y terminado que se le debe de dar a los forros; además de que la portada de *Consultorio Fiscal*, a diferencia de muchas otras revistas, va plastificada, lo cual permite una mejor presentación y la vida de la revista será más larga, pues el plastificado ayuda a su conservación.

Estas son las características de los forros de la revista *Consultorio Fiscal*, los cuales también son supervisados por el Editor especializado de la misma. Cabe señalar que al igual que los interiores, los forros deben ser autorizados, para su impresión, por el Editor.

### 3.9. Negativos e Impresión

La labor del Editor especializado termina, técnicamente hablando, en el momento de la autorización de forros e interiores, lo cual da pauta a que la producción editorial llega a sus últimas fases, la de elaborar negativos y, posteriormente, la de impresión.

La responsabilidad de esta etapa recae en la imprenta, por lo que el Editor ya no interviene en ella, sin embargo, cuando existe alguna inquietud o duda respecto a algún material, el Editor especializado solicita revisar negativos, lo cual lo efectúa en una mesa de luz, propia para desarrollar

esta actividad, pues es muy desgastante para la vista, leer los negativos.

Existen otros motivos por los que el Editor especializado tiene que revisar negativos: cuando hay cambios de última hora, un dato, una cifra, agregar un comentario, y si los negativos ya están hechos, las correcciones se tendrán que injertar en los negativos, y es preferible que lo haga el Editor, que encomendar dicha tarea a la Imprenta; o cuando es la primera vez que se trabaja con la imprenta, es preferible ir a supervisar su forma de trabajar, para después no tener que lamentar el no haberlo hecho.

Si no hubo ningún motivo, de los antes citados, por los que el Editor tuvo que asistir a la imprenta a revisar negativos, el proceso editorial continúa a marchas forzadas, pasando por el departamento de encuadernación, que ahora usa también una máquina que lo hace automáticamente y, posteriormente, ir al departamento de acabado, para que la revista sea flejada y empaquetada, para entregarla el día señalado en el calendario que entregó el Editor, al Departamento de Distribución.

Finalmente **Consultorio Fiscal** está impresa y lista para su distribución a suscriptores, distribuidores a nivel nacional, tiendas de autoservicio, puestos de periódicos, librerías entre otros; labor que ya no le corresponde supervisar al Editor, sin embargo, el Editor especializado siempre está al tanto de esa área, con el fin de verificar que su trabajo cumpla



con su objetivo principal: que **Consultorio Fiscal** llegue a las manos de todos los lectores, oportunamente.

De esta forma quedan de manifiesto las labores que el Editor especializado de **Consultorio Fiscal** realiza quincena tras quincena, con un mismo fin: que su trabajo aporte algo nuevo a su profesión y sea de gran ayuda y utilidad para los lectores de **Consultorio Fiscal**, a quienes, sin que ellos lo sepan, el Editor tiene mucho que agradecerles.

## Conclusiones

Ser Editor de cualquier publicación es una gran satisfacción, que también lleva implícita una gran responsabilidad, tal y como en el desarrollo de la presente tesina quedó de manifiesto.

Alcanzar el rango de Editor de la revista de mayor jerarquía en la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, como lo es *Consultorio Fiscal*, representa un reto profesional muy interesante, pero mantenerlo, lo es más.

Son tantas y tan variadas las funciones que realiza un Editor y bastantes los mínimos detalles, que debe cuidar, que uno a uno y todos en conjunto se convierten en esa "arca maravillosa" llamada Producción Editorial.

Es por ello que en este trabajo se describieron las funciones más representativas que un Editor especializado realiza y otras, simplemente se mencionan, pues se hubiera requerido de un trabajo demasiado extenso para detallarlas y no dejar pasar por alto ninguno de ellos.

Por lo tanto, se pudo constatar la evolución que las revistas han tenido a lo largo de la historia, desde las Hojas Volantes, posteriormente las Gacetas, hasta llegar a los



aspectos que caracterizan a una revista. De igual manera, se describieron las diferentes clasificaciones que sobre las revistas existen, donde también se demostró que **Consultorio Fiscal** es, definitivamente, una revista especializada, ya que responde a los intereses de un sector de la sociedad.

Se pudo constatar que un buen Editor es aquel que se vuelve un experto en la materia con la cual realiza su trabajo, por el que se convierte en un Editor Especializado. El caso del Editor de la revista **Consultorio Fiscal** fue un ejemplo representativo de ello.

También se destacaron las funciones que el Editor ha realizado y realiza dentro de la Producción Editorial, mismas que son de vital trascendencia para la existencia de la(s) publicación (es).

Quedó de manifiesto por otro lado, el por qué de la importancia de la revista **Consultorio Fiscal**, para la Facultad de Contaduría y Administración, la cual, dentro de sus prioridades, tiene la de divulgación del conocimiento; de ahí que sea una de las Facultades que más publicaciones edita: **Emprendedores, Contaduría y Administración, Noti-ANFECA, Gaceta de la Facultad de Contaduría y Administración**, entre otras.

Se destacó, asimismo, la finalidad con la que **Consultorio Fiscal** surgió y se ha mantenido, pues a pesar de ser la pionera dentro de su género, después de nueve





años de vida aún se distribuye a nivel nacional y con un tiraje que en ocasiones ha llegado a ser mayor a los 20,000 ejemplares.

Finalmente, se buscó amalgamar teoría y práctica, pues después de haber abordado el origen de las revistas, de conocer las funciones que un Editor especializado realiza y lo relevante que es *Consultorio Fiscal*, para la Facultad de Contaduría y Administración, se demostró cada una de las funciones que el Editor tiene que asumir y la manera de responsabilizarse de las mismas.

Dicha responsabilidad se inicia, como se mencionó, desde que se recibe el original de un articulista hasta la impresión del mismo; dicho material pasa por diferentes manos, pero es el Editor el único responsable ante el autor, de lo que le pueda suceder a su artículo, es decir si el original sufre alguna omisión o cambio, el Editor es el culpable.

En resumen, mediante este trabajo quedaron de manifiesto todas y cada una de las funciones que el Editor de *Consultorio Fiscal*, realiza y que pueden servir de base para la edición de otras publicaciones, similares a la antes citada.





FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION  
COORDINACION DE DIFUSION Y PUBLICACIONES



REVISTA CONSULTORIO FISCAL

FECHAS DE CIERRE Y DISTRIBUCION

| ENTREGA DEL MATERIAL<br>POR LA DIRECCION<br>TECNICA | ENTREGA DE LA REVISTA<br>AL DEPARTAMENTO DE<br>DISTRIBUCION | FECHA DE PORTADA | NUMERO DE<br>REVISTA |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------|----------------------|
| 31-AGOSTO-94                                        | 13-SEPTIEMBRE-94                                            | 16-SEPTIEMBRE-94 | 122                  |
| 13-SEPTIEMBRE-94                                    | 28-SEPTIEMBRE-94                                            | 1º-OCTUBRE-94    | 123                  |
| 29-SEPTIEMBRE-94                                    | 13-OCTUBRE-94                                               | 16-OCTUBRE-94    | 124                  |
| 13-OCTUBRE-94                                       | 29-OCTUBRE-94                                               | 1º-NOVIEMBRE-94  | 125                  |
| 31-OCTUBRE-94                                       | 14-NOVIEMBRE-94                                             | 16-NOVIEMBRE-94  | 126                  |
| 16-NOVIEMBRE-94                                     | 28-NOVIEMBRE-94                                             | 1º-DICIEMBRE-94  | 127                  |
| 30-NOVIEMBRE-94                                     | 13-DICIEMBRE-94                                             | 16-DICIEMBRE-94  | 128                  |
| 15-DICIEMBRE-94                                     | 29-DICIEMBRE-94                                             | 1º-ENERO-95      | 129                  |
| 28-DICIEMBRE-94                                     | 13-ENERO-95                                                 | 16-ENERO-95      | 130                  |
| 16-ENERO-95                                         | 30-ENERO-95                                                 | 1º-FEBRERO-95    | 131                  |
| 1º-FEBRERO-95                                       | 13-FEBRERO-95                                               | 16-FEBRERO-95    | 132                  |
| 14-FEBRERO-95                                       | 25-FEBRERO-95                                               | 1º-MARZO-95      | 133                  |
| 1º-MARZO-95                                         | 14-MARZO-95                                                 | 16-MARZO-95      | 134                  |
| 15-MARZO-95                                         | 29-MARZO-95                                                 | 1º-ABRIL-95      | 135                  |
| 30-MARZO-95                                         | 12-ABRIL-95                                                 | 16-ABRIL-95      | 136                  |
| 11-ABRIL-95                                         | 27-ABRIL-95                                                 | 1º-MAYO-95       | 137                  |
| 28-ABRIL-95                                         | 12-MAYO-95                                                  | 16-MAYO-95       | 138                  |
| 16-MAYO-95                                          | 26-MAYO-95                                                  | 1º-JUNIO-95      | 139                  |
| 2-JUNIO-95                                          | 13-JUNIO-95                                                 | 16-JUNIO-95      | 140                  |
| 15-JUNIO-95                                         | 28-JUNIO-95                                                 | 1º-JULIO-95      | 141                  |
| 29-JUNIO-95                                         | 13-JULIO-95                                                 | 16-JULIO-95      | 142                  |
| 14-JULIO-95                                         | 28-JULIO-95                                                 | 1º-AGOSTO-95     | 143                  |
| 28-JULIO-95                                         | 11-AGOSTO-95                                                | 16-AGOSTO-95     | 144                  |
| 17-AGOSTO-95                                        | 30-AGOSTO-95                                                | 1º-SEPTIEMBRE-95 | 145                  |
| 31-AGOSTO-95                                        | 13-SEPTIEMBRE-95                                            | 16-SEPTIEMBRE-95 | 146                  |
| 13-SEPTIEMBRE-95                                    | 28-SEPTIEMBRE-95                                            | 1º-OCTUBRE-95    | 147                  |
| 29-SEPTIEMBRE-95                                    | 13-OCTUBRE-95                                               | 16-OCTUBRE-95    | 148                  |
| 13-OCTUBRE-95                                       | 27-OCTUBRE-95                                               | 1º-NOVIEMBRE-95  | 149                  |
| 31-OCTUBRE-95                                       | 14-NOVIEMBRE-95                                             | 16-NOVIEMBRE-95  | 150                  |
| 16-NOVIEMBRE-95                                     | 28-NOVIEMBRE-95                                             | 1º-DICIEMBRE-95  | 151                  |
| 30-NOVIEMBRE-95                                     | 13-DICIEMBRE-95                                             | 16-DICIEMBRE-95  | 152                  |

**Artículos**

**Cuarto Pago provisional de arrendamiento**

C.F. Norma A. Casanola

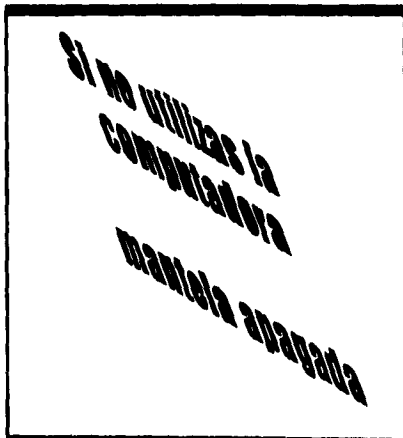
Como ya se aproximan las fechas para ir preparando el pago provisional correspondiente al cuarto trimestre por concepto de honorarios, arrendamiento, entre otros, a continuación presento un análisis de las diferentes situaciones en las que puede encuadrar fiscalmente un contribuyente por la obtención de ingresos por otorgar el uso o goce temporal de un bien inmueble.

| Ingresos del periodo                                                                                  | Devengados | Cobrados |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------|
| a) Arrendamiento de casa-habitación                                                                   | 17,500     | 17,500   |
| b) Arrendamiento de locales-comerciales                                                               | 26,200     | 28,000   |
|                                                                                                       | 43,700     | 45,500   |
| <b>Deducciones</b>                                                                                    |            |          |
| - Mantenimiento del inmueble por mes                                                                  | 3,400      |          |
| - Seguro contratado para el inmueble                                                                  | 2,800      |          |
| - Valor de la construcción                                                                            | 100,000    |          |
| Valor del terreno                                                                                     | 70,000     |          |
| Se adquirieron el 27 de mayo de 1991                                                                  |            |          |
| - Se contrató un préstamo bancario por un importe de 25,000 que se utiliza para fines de la actividad |            |          |
| La tasa de interés que se paga mensualmente es del 0.3%.                                              |            |          |

**Información adicional**

- El propietario del inmueble está casado en sociedad conyugal y el inmueble pertenece en partes iguales a los cónyuges.
- La parte del inmueble que se destina a casa-habitación se proporciona totalmente amueblada, y se encuentra en copropiedad al 50%.
- La póliza de seguro se pagó el 1 de octubre y tiene vigencia de un año.
- El propietario tiene ingresos por sueldos.
- De los ingresos por locales comerciales el 80% provienen de personas morales.

Determinar el pago provisional del Impuesto Sobre la Renta más conveniente para los contribuyentes, pago provisional del impuesto al Valor Agregado y las implicaciones que afectan al Impuesto al Activo.



**Agenda Fiscal**

**Reglamento de Autotransporte Federal y Servicios Auxiliares**

**Secretaría de Comunicaciones y Transportes  
(DOF, 22 de noviembre de 1994)**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos - Presidencia de la República.

**CARLOS SALINAS DE GORTARI**, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, en ejercicio de la facultad que me confiere la fracción I del artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y con fundamento en el artículo 36 fracciones I y IX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 8o fracciones I, III y IX, 8o., 33, 34, 38, 41 a 43, 46 a 50, 55, 62, 68, 79 y 80 de la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal, he tenido a bien expedir el siguiente:

**REGLAMENTO DE AUTOTRANSPORTE FEDERAL Y SERVICIOS AUXILIARES  
CAPITULO PRIMERO  
DISPOSICIONES GENERALES**

**ARTICULO 1o.-** El presente ordenamiento tiene por objeto regular los servicios de autotransporte federal de pasajeros, turismo, carga y servicios auxiliares y compete a la Secretaría, para efectos administrativos, la aplicación e interpretación del mismo.

**ARTICULO 2o.-** Para los efectos de este reglamento se entenderá por:

- I. **Arrendadora:** La persona moral que con registro de la Secretaría amende vehículos automotores, remolques y semirremolques que cuenten con placas y tarjetas de circulación de servicio de autotransporte federal, o bien automóviles para uso particular.
- II. **Arrendatario:** La persona que con permiso para prestar el servicio de autotransporte federal de pasajeros, turismo o de carga, contrata en arrendamiento vehículos automotores, remolques y semirremolques para uso

exclusivo de estos fines, así como transporte privado; o bien, la persona que arrienda automóviles para uso particular;

III. **Destinatario o consignatario:** Persona receptora de mercancías transportadas por autotransporte federal;

IV. **Expedidor o remitente:** Persona que a nombre propio o de un tercero, contrata el servicio de autotransporte federal de carga;

V. **Ley:** Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal.

VI. **Norma:** Norma Oficial Mexicana que expide la dependencia competente, sujetándose a lo dispuesto en la Ley Federal Sobre Metrología y Normalización.

VII. **Permisionario:** Persona autorizada por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para prestar servicio de autotransporte federal o para operar o explotar servicios auxiliares.

VIII. **Ruta:** Trayecto autorizado entre dos puntos, que se configura dentro de caminos de jurisdicción federal o de jurisdicción federal y local.

IX. **Secretaría:** Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

X. **Unidad de verificación:** Permisionario acreditado por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial para realizar actos de verificación.

**ARTICULO 3o.-** La operación y explotación de los servicios de autotransporte federal de pasajeros, turismo y carga y los servicios auxiliares que los complementan, se sujetarán a las disposiciones de la Ley, los tratados internacionales, este reglamento y las normas que emita la Secretaría.

**ARTICULO 4o.-** Los vehículos para el servicio de autotransporte federal, estarán dotados de placas metálicas de identificación, calcomanías y tarjetas de circulación, las cuales deberán sujetarse al procedimiento de expedición, reposición o invalidación que determine la Secretaría.

Artículos

*La* **Manuel Ejecutivo de Contratos, Títulos y Operaciones de Crédito y Otras Figuras Jurídicas**

C.P Raúl Amézquita Flores

**PRESENTACION**

La presente guía tiene como objetivo ayudar a la mejor operación corporativo-administrativa, a través de la recopilación de diversas figuras legales que las empresas pueden utilizar para adecuar su funcionamiento a los marcos jurídicos y fiscales que las regulan, su contenido es enunciativo ya que su marco es objeto de constantes cambios, lo cual hace difícil realizarlo en forma definitiva.

Con el fin de que las empresas y sus funcionarios, que en la mayoría de los casos son personas ajenas al campo del derecho y en cierta medida al fiscal, puedan cumplir con las obligaciones que les corresponden, se sugiere la aplicación de este manual y en su oportunidad la asistencia de asesores jurídicos y fiscales que puedan prevenir y en su caso solucionar los conflictos que se presentan a cualquier sociedad, estando conscientes de que la asesoría preventiva siempre será mejor que la correctiva.

**Definición**

C.C. Art. 1792 Convenio es el acuerdo de dos o más personas para crear, transferir, modificar o extinguir obligaciones.

C.C. Art. 1793 Los convenios que producen o transfieren las obligaciones y derechos toman el nombre de contratos.

**Requisitos**

C.C. Art. 1794 Para la existencia del contrato se requieren:  
I. Consentimiento;  
II. Objeto que pueda ser materia del contrato.

**Perfeccionamiento**

C.C. ART. 1796 Los contratos se perfeccionan por el mero consentimiento, excepto aquellos que deben revestir una forma establecida por la ley. ~~Los~~ que se perfeccionan, obligan a los contratantes no sólo al cumplimiento de lo expresamente pactado sino también a las consecuencias que, según su naturaleza, son conforme a la buena fe, el uso y la ley.

C.C. ART. 1797 La validez y el cumplimiento de los contratos no pueden dejarse al arbitrio de uno de los contratantes.

**Objeto de los Contratos**

C.C. ART. 1824 Son objeto de los contratos:  
I. La cosa que el obligado debe dar;  
II. El hecho que el obligado debe hacer o no hacer.

C.C. ART. 1825 La cosa objeto del contrato debe:  
1. Existir en la naturaleza;  
2. Ser determinada o determinable en cuanto a su especie;  
3. Estar en el comercio.

C.C. ART. 1826 Las cosas futuras pueden ser objeto de un contrato, sin embargo, no puede serlo la herencia de una persona viva, aun cuando esta preste su consentimiento.

II. El Hecho que el Obligado debe hacer o no hacer  
C.C. ART. 1827 El hecho positivo o negativo, objeto del contrato, debe ser:  
I. Posible;  
II. Lícito.

C.C.  
**ART. 1828** Es imposible el hecho que no puede existir porque es incompatible con una ley de la naturaleza o con una norma jurídica que debe regirlo necesariamente y que constituye un obstáculo insuperable para su realización

C.C.  
**ART. 1829** No se considerará imposible el hecho que no pueda ejecutarse por el obligado, pero si por otra persona en lugar de él.

C.C.  
**ART. 1830** Es ilícito el hecho que es contrario a las leyes de orden público o a las buenas costumbres.

Motivo o fin y forma de los Contratos

Motivo o fin

C.C.  
**ART. 1831** El fin o motivo determinante de la voluntad de los contratantes tampoco debe ser contrario a las leyes de orden público o a las buenas costumbres.

Forma

C.C.  
**ART. 1832** En los contratos civiles cada uno se obliga en la manera y términos que aparezca que quiso obligarse, sin que para la validez del contrato se requieran formalidades determinadas, fuera de los casos expresamente designados por la ley.

C.C.  
**ART. 1833** Cuando la ley exija determinada forma para un contrato, mientras que éste no revista esa forma no será válido, salvo disposición en contrario; pero si la voluntad de las partes para celebrarlo consta de manera fehaciente, cualquier de ellas puede exigir que se dé al contrato la forma legal.

C.C.  
**ART. 1834** Cuando se exija la forma escrita para el contrato, los documentos relativos deben ser firmados por todas las personas a las cuales se imponga esa obligación.

Si alguna de ellas no puede o no sabe firmar, lo hará otra a su ruego y en el documento se inscribirá la huella digital del interesado que no firme.

División

C.C.  
**ART. 1835** El contrato es unilateral cuando una sola de las partes se obliga hacia la otra sin que esta se quede obligada.

C.C.  
**ART. 1836** El contrato es bilateral cuando las partes se obligan recíprocamente.

C.C.  
**ART. 1837** Es contrato oneroso aquel en que se estipulan provechos y gravámenes recíprocos, y gratuito aquel en que el provecho es solamente de una de las partes.

C.C.  
**ART. 1838** El contrato oneroso es conmutativo cuando las prestaciones que se deben las partes son ciertas desde que se celebra el contrato, de tal suerte que ellas pueden apreciar inmediatamente el beneficio o la pérdida que les causará.

Es aleatorio, cuando la prestación debida depende de un acontecimiento incierto que hace que no sea posible la realización de la ganancia o pérdida que les cause.

CONTRATOS TRASLATIVOS DE DOMINIO

Tipo de Contrato *Contratante*

Compra - Venta      Vendedor      Comprador

Permuta      Permutante      Permutante

Objeto

Uno se obliga a transferir la propiedad de una cosa o un derecho, y otro a pagar por ellos un precio cierto y en dinero

Cada uno se obliga a dar una cosa por otra

Fundamento Legal

C.C. Art. 2248 al 2326

C.C. Art. 2327 al 2331

*Fuente*

Artículos



**Manual ejecutivo de  
contratos, títulos y  
operaciones de crédito y  
otras figuras jurídicas**

C.P Raúl Amézquita Flores

**PRESENTACION**

La presente guía tiene como **objetivo** ayudar a la mejor operación corporativo-administrativa, a través de la recopilación de diversas figuras legales que las empresas pueden utilizar para adecuar su funcionamiento a los marcos jurídicos y fiscales que las regulan; su contenido es enunciativo ya que su marco es objeto de constantes cambios, lo cual hace difícil realizarlo en forma definitiva.

Con el fin de que las empresas y sus funcionarios, que en la mayoría de los casos son personas ajenas al campo del derecho y en cierta medida al fiscal, puedan cumplir con las obligaciones que les corresponden, se sugiere la aplicación de este manual y en su oportunidad la asistencia de asesores jurídicos y fiscales que puedan prevenir y en su caso solucionar los conflictos que se presentan a cualquier sociedad, estando conscientes de que la asesoría preventiva siempre será mejor que la correctiva.

**Definición**

**C.C.**  
**Art. 1792** Convenio es el acuerdo de dos o más personas para crear, transferir, modificar o extinguir obligaciones.

**C.C.**  
**Art. 1793** Los convenios que producen o transfieren las obligaciones y derechos toman el nombre de contratos.

**Requisitos**

**C.C.**  
**Art. 1794** Para la existencia del contrato se requieren:  
I. Consentimiento;  
II. Objeto que pueda ser materia del contrato.

**Perfeccionamiento**

**C.C.**  
**ART. 1796** Los contratos se perfeccionan por el mero consentimiento, excepto aquellos que deben revestir una forma establecida por la ley. Desde que se perfeccionan, obligan a los contratantes no sólo al cumplimiento de lo expresamente pactado sino también a las consecuencias que, según su naturaleza, son conforme a la buena fe, el uso o a la ley.

**C.C.**  
**ART. 1797** La validez y el cumplimiento de los contratos no pueden dejarse al arbitrio de uno de los contratantes.

**Objeto de los Contratos**

**C.C.**  
**ART. 1824** Son objeto de los contratos:  
I. La cosa que el obligado debe dar;  
II. El hecho que el obligado debe hacer o no hacer

**I. La cosa que el obligado debe dar**

**C.C.**  
**ART. 1825** La cosa objeto del contrato debe:  
1. Existir en la naturaleza;  
2. Ser determinada o determinable en cuanto a su especie;  
3. Estar en el comercio

**C.C.**  
**ART. 1826** Las cosas futuras pueden ser objeto de un contrato, sin embargo, no puede serlo la herencia de una persona viva, aun cuando ésta preste su consentimiento.

**II. El hecho que el obligado debe hacer o no hacer**

**C.C.**  
**ART. 1827** El hecho positivo o negativo, objeto del contrato, debe ser:  
I. Posible;  
II. Lícito.

**C.C.**  
**ART. 1828** Es imposible el hecho que no puede existir porque es incompatible con una ley de la naturaleza o con una norma jurídica que debe regirlo necesariamente y que constituye un obstáculo insuperable para su realización.

**C.C.**  
**ART. 1829** No se considerará imposible el hecho que no pueda ejecutarse por el obligado, pero si por otra persona en lugar de él.

**C.C.**  
**ART. 1830** Es ilícito el hecho que es contrario a las leyes de orden público o a las buenas costumbres.

Motivo o fin y forma de los Contratos

Motivo o fin

**C.C.**  
**ART. 1831** El fin o motivo determinante de la voluntad de los contratantes tampoco debe ser contrario a las leyes de orden público o a las buenas costumbres.

Forma

**C.C.**  
**ART. 1832** En los contratos civiles cada uno se obliga en la manera y términos que aparezca que quiso obligarse, sin que para la validez del contrato se requieran formalidades determinadas, fuera de los casos expresamente designados por la ley.

**C.C.**  
**ART. 1833** Cuando la ley exija determinada forma para un contrato, mientras que éste no revista esa forma no será válido, salvo disposición en contrario; pero si la voluntad de las partes para celebrarlo consta de manera fehaciente, cualquier de ellas puede exigir que se dé al contrato la forma legal.

**C.C.**  
**ART. 1834** Cuando se exija la forma escrita para el contrato, los documentos relativos deben ser firmados por todas las personas a las cuales se imponga esa obligación.

Si alguna de ellas no puede o no sabe firmar, lo hará otra a su ruego y en el documento se imprimirá la huella digital del interesado que no firmó.

División

**C.C.**  
**ART. 1835** El contrato es unilateral cuando una sola de las partes se obliga hacia la otra sin que esta le quede obligada.

**C.C.**  
**ART. 1836** El contrato es bilateral cuando las partes se obligan recíprocamente.

**C.C.**  
**ART. 1837** Es contrato oneroso aquel en que se estipulan provechosos y gravámenes recíprocos; y gratuito aquel en que el provecho es solamente de una de las partes.

**C.C.**  
**ART. 1838** El contrato oneroso es conmutativo cuando las prestaciones que se deben las partes son ciertas desde que se celebra el contrato, de tal suerte que ellas pueden apreciar inmediatamente el beneficio o la pérdida que les cause éste.

Es aleatorio, cuando la prestación debida depende de un acontecimiento incierto que hace que no sea posible la evaluación de la ganancia o pérdida que les cause éste.

**CONTRATOS TRASLATIVOS DE DOMINIO**

| Tipo de Contrato | Contratantes |            | Objeto                                                                                                                   | Fundamento Legal          |
|------------------|--------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| Compra - Venta   | Vendedor     | Comprador  | Uno se obliga a transferir la propiedad de una cosa o un derecho, y otro a pagar por ellos un precio cierto y en dinero. | C.C.<br>Art. 2248 al 2326 |
| Permuta          | Permutante   | Permutante | Cada uno se obliga a dar una cosa por otra.                                                                              | C.C.<br>Art. 2327 al 2331 |





FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION  
 SECRETARIA DE RELACIONES Y EXTENSION UNIVERSITARIA  
 COORDINACION DE PUBLICACIONES Y FOMENTO EDITORIAL



| RELACION DE ANUNCIOS |         | CONSULTORIO FISCAL |        |         | FECHA | NUMERO             |               |
|----------------------|---------|--------------------|--------|---------|-------|--------------------|---------------|
| FORROS               | EMPRESA | TINTAS             | PLANAS | TAMBAÑO | SC    | MATERIAL ENTREGADO | OBSERVACIONES |
| 2a.                  |         |                    |        |         |       |                    |               |
| 3a.                  |         |                    |        |         |       |                    |               |
| 4a.                  |         |                    |        |         |       |                    |               |

| INTERIORES |         | CONSULTORIO FISCAL |        |         | FECHA | NUMERO             |               |
|------------|---------|--------------------|--------|---------|-------|--------------------|---------------|
| NUM        | EMPRESA | TINTAS             | PLANAS | TAMBAÑO | SC    | MATERIAL ENTREGADO | OBSERVACIONES |
| 1          |         |                    |        |         |       |                    |               |
| 2          |         |                    |        |         |       |                    |               |
| 3          |         |                    |        |         |       |                    |               |
| 4          |         |                    |        |         |       |                    |               |
| 5          |         |                    |        |         |       |                    |               |
| 6          |         |                    |        |         |       |                    |               |
| 7          |         |                    |        |         |       |                    |               |
| 8          |         |                    |        |         |       |                    |               |
| 9          |         |                    |        |         |       |                    |               |
| 10         |         |                    |        |         |       |                    |               |
| 11         |         |                    |        |         |       |                    |               |
| 12         |         |                    |        |         |       |                    |               |
| 13         |         |                    |        |         |       |                    |               |



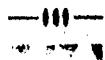
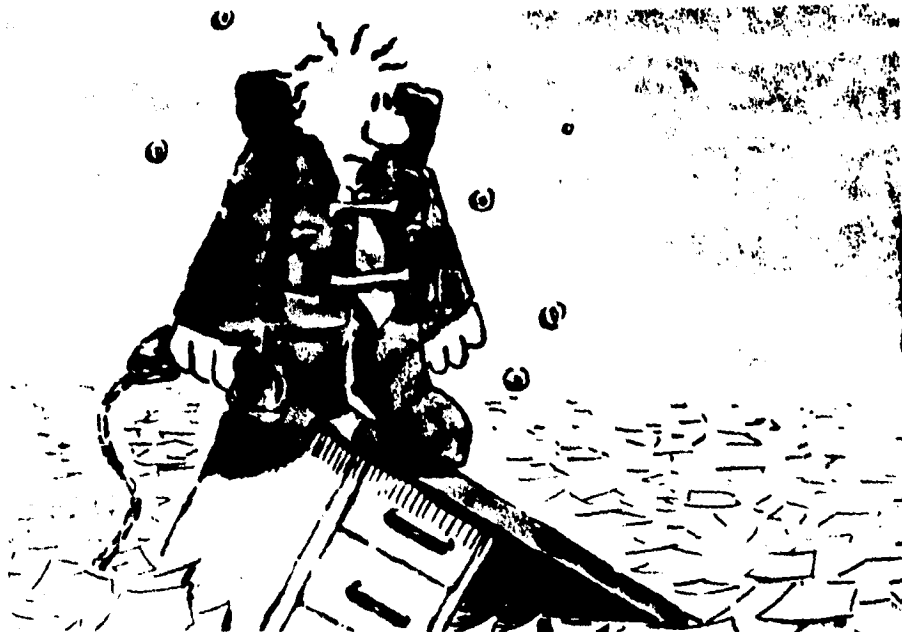
# consultorio **FISCAL**

AÑO 8

NÚMERO 109

1 DE MARZO DE 1994

Publicación de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México - ISSN 0187-4724



**COMPROBANTES PARA EFECTOS  
FISCALES**

NS 18.00

... de IVA y ILS  
**La informática en la contabilidad**



9 770187 672561



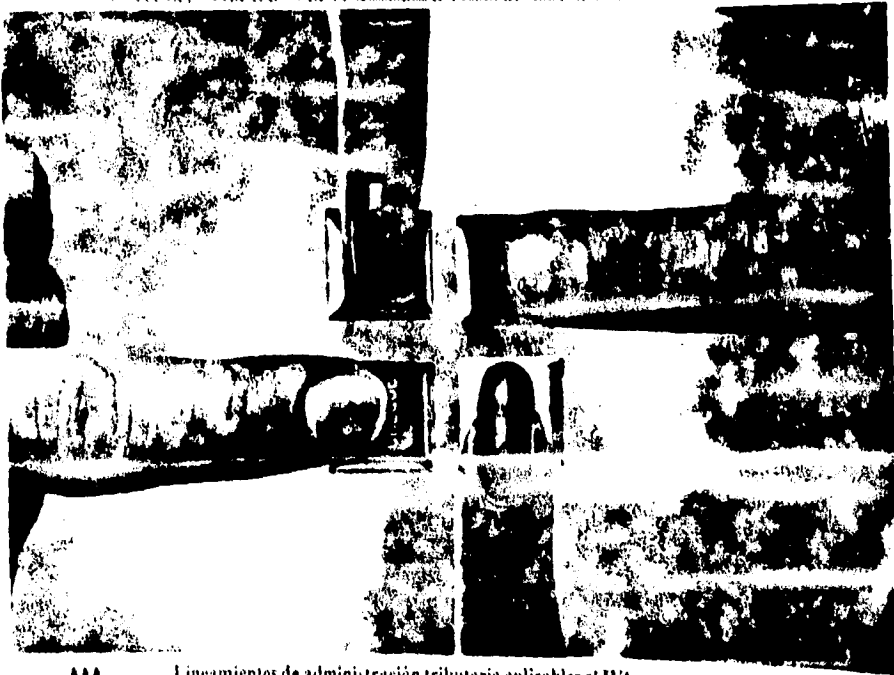
# consultorio **FISCAL**

VOLUMEN

NUMERO IV

1 DE AGOSTO DE 1994

Publicación de la Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México. ISSN 0187-0724



Lineamientos de administración tributaria aplicables al IVA  
CUFIN

NS 18.00

INCONWII de transportistas de pasaje y turismo  
FACILIDADES Y CONDONACIONES FISCALES  
Reformas al Código Fiscal: Penas por delitos fiscales,  
cuotas compensatorias y contrabando





# consultorio **FISCAL**

AÑO 8

NÚMERO 114

16 DE MAYO DE 1994

Revista editada por la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México (ISSN 0687-6721)



RESOLUCION MISCELANEA FISCAL  
1994-1995: ANALISIS Y COMENTARIOS

Tarifas de enero-marzo del Régimen Simplificado  
Devolución y compensaciones de IVA

NS 18.00



Bond, F. Fraser, *Introducción al periodismo*, Limusa-Wiley, México, 1965.

*Enciclopedia Universal Ilustrada*, Tomo 19. Europeo-Americana Espasa-Calpe Editores, Madrid, 1992.

Echenique García, José Antonio. *Primer Informe de actividades*, Facultad de Contaduría y Administración-UNAM, octubre de 1994.

Facultad de Contaduría y Administración. *Memoria 1981-1989 de la Facultad de Contaduría y Administración*, UNAM, México, 1989.

González Ruiz, Nicolás y otros. *Enciclopedia del periodismo*, 4ª ed., Noguera, Madrid, 1966.

Iguíniz, Juan B, *EL LIBRO*, Porrúa, México, 1946.

López de Zuazo, Algar. *Diccionario del periodismo*, Pirámide, España.

Martínez de Sousa, José. *Diccionario general de periodismo*, Paraninfo, Madrid, 1981



Martínez de Sousa, José. **Diccionario de tipografía y del libro**. Labor, Barcelona, 1974.

Mendieta Alatorre, Angeles y Carrera Stampa, Manuel. **Historia de la Facultad de Contaduría y Administración**, T I y T II, UNAM, México, 1983.

Ochoa Campos, Moisés. **Reseña Histórica del periodismo mexicano**, Porrúa, México, 1982.

Moles, Abraham, y otros. **La comunicación y los "mass media"**. Diccionario del saber moderno, Mensajero, Bilbao, 1975.

Peña Mijango, Pablo Marlano. **Publicaciones Periódicas**. Tesis, UNAM, 1985.

Reyes Coria, Bulmaro. **Metalibro. Manual del libro en la imprenta**, UNAM-Fomento Editorial, México, 1988.

Ruiz Pérez, Juan Carlos. **La importancia de la revista en México**. Tesis. 1984.

Ruiz de Chávez Ochoa, Salvador. **Primer Informe de actividades**, Facultad de Contaduría y Administración-UNAM, octubre de 1990.

Ruiz de Chávez Ochoa, Salvador. **Segundo Informe de actividades**, Facultad de Contaduría y Administración-UNAM, octubre de 1991.

Rulz de Chávez Ochoa, Salvador. **Tercer Informe de actividades**, Facultad de Contaduría y Administración-UNAM, octubre de 1992.

Rulz de Chávez Ochoa, Salvador. **Cuarto Informe de actividades**, Facultad de Contaduría y Administración-UNAM, septiembre de 1993.

Weill Jacques, George . **El periódico: orígenes, evolución y función de la prensa periódica**, UTEHA, México 1979.

Zavala Rulz Roberto. **El libro y sus orillas**, 2a. ed. UNAM-Fomento Editorial, México, 1994.

