

51



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS
PROFESIONALES "ACATLÁN"

Producción y Distribución de Revistas Periódicas

TESINA

Que para obtener el título de:
Licenciatura en Periodismo y
Comunicación Colectiva

Presenta

Laura Erika Monroy Gutiérrez

Asesor: Edith Martínez Chávez



272023

Diciembre 2001



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.

Gracias a DIOS por darme la capacidad, la habilidad y todos los recursos necesarios para poder superarme profesionalmente y cumplir el sueño de mi vida.

A mis Padres por su ejemplo, su presencia, su cariño, su amor, su confianza, su esfuerzo y darme siempre la libertad de elegir y gracias por sus regaños, desvelos y cuidados quienes sin escatimar esfuerzo alguno han sacrificado gran parte de su vida, nunca podré pagarles ni con las riquezas más grandes del mundo... los quiero mucho.

A mis Hermanos Alberto, Misael y Carmen gracias por su apoyo y comprensión.

A mi Asesora Edith Martínez por tenerme tanta paciencia y hacerme las correcciones necesarias para lograr está tesina.

A mis Amigas Cristina, Rocío y Fernanda con quienes he pasado los momentos más alegres de mi vida y a quienes tengo presentes por el apoyo y amistad incondicional que han tenido conmigo.

A mis primos en general, tíos, tías y amigos por tener fe en mi y que siempre me han alentado para seguir adelante.

Y mi más sincero agradecimiento a la vida que con los tropiezos, triunfos, alegrías y tristezas me dio la oportunidad de ser quien soy entre muchos que no pudieron ser.
GRACIAS.

ÍNDICE

* INTRODUCCIÓN	I
1.- HISTORIA DE LAS REVISTAS	
1.1.- Origen y definición de revista	1
1.2.- Categorías de revistas	3
1.3.- Evolución y diseño de revistas	5
1.4.- La Publicidad de una revista	7
1.5.- Circulación y distribución de las revistas	9
1.5.1.- Unión de expendedores y voceadores de los periódicos de México A.C.	
1.5.2.- Distribución en provincia	
1.5.3.- Locales cerrados	
1.5.4.- Suscripciones	
1.6.- Ventajas y desventajas de su distribución	13
1.7.- Trámites legales y fiscales de una revista	13
1.7.1.- Dictamen previo y reserva	
1.7.2.- Certificado de título y contenido	
1.7.3.- Requisito del directorio de la publicación	
1.7.4.- Código de barras	
2.- DISEÑO Y CONTENIDO DE LA REVISTA "TEMAS DE LA SEMANA"	
2.1.- Organización de una empresa periodística	18
2.2.- Organización y realización de una revista	20
2.3.- Diseño de la revista "Temas de la Semana"	25
2.3.1.- Logo	
2.3.2.- Portada	
2.3.3.- Composición de la revista	

2.3.4.- Imágenes	
2.3.5.- Fuentes	
2.3.6.- Impresión	
2.3.7.- Encuadernación	
2.4.- Contenido de "Temas de la Semana"	35
2.4.1.- Pasos para crear una revista	
2.4.2.- Géneros periodísticos de la revista	
2.5.- El papel del periodista de "Temas de la Semana"	54
2.6.- Síntesis de la producción y distribución de la revista "Temas de la Semana"	60
*CONCLUSIONES	62
*BIBLIOHEMEROGRAFÍA	65
*ANEXOS Y GLOSARIO	
* GLOSARIO DE TERMINOS PERIODÍSTICOS	71
* SOLICITUD DE LA COMISIÓN CALIFICADORA DE PUBLICACIONES Y REVISTAS ILUSTRADAS	74
*LEGISLACIÓN SOBRE DERECHOS DE AUTOR	77
* DECRETO DE REMITIR EJEMPLARES A LA BIBLIOTECA NACIONAL Y AL CONGRESO DE LA UNIÓN	126
* ACUERDO 112 QUE DETERMINA EL DESTINO DE LOS EJEMPLARES EN LA DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE AUTOR	127
* REGLAMENTO SOBRE PUBLICACIONES Y REVISTAS ILUSTRADAS	128

INTRODUCCIÓN

Nuestra vida transcurre ligada al papel impreso, siempre lo utilizamos a cada hora del día en distinta forma: diarios, revistas, libros; y la publicidad impresa interviene en el incremento de la venta de casi todas las cosas que compramos, sin la impresión su repercusión sería incalculable ya que los negocios, empresas e industrias dependen en gran medida de los impresos (facturas, recibos, propagandas, catálogos, etc.). La impresión continuará siendo una parte imprescindible de la vida cotidiana de los hombres en el mundo entero.

La importancia de las revistas en nuestro país es porque son un medio de comunicación trascendente, con cualidades particulares que la hacen única: tiene la capacidad de llamar la atención de individuos con aficiones específicas o de gustos bien determinados. Este poder psicográfico del medio editorial es atractivo tanto para anunciantes que deseen saber exactamente a quién se están dirigiendo, como para los propios lectores, ningún otro medio ha superado la seducción al tacto: aún hoy, el poder sentir la suavidad del papel y el peso de sus páginas es un placer inherente.

En México las revistas o editoriales son empresas comerciales que se mantienen principalmente de sus suscripciones y publicidad, como medio periodístico es una publicación impresa con un número de ejemplares y periodicidad regular; cubre funciones culturales, transmisión de la noticia, son un entretenimiento, son estimulantes, son vínculos de los individuos particulares con los intereses comunes y son consumibles.

El periodismo impreso es un sistema de comunicación que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos que provienen de una o varias fuentes para transmitirlos por un canal llamado revista; que actualmente es un medio de comunicación eficiente, directo y confiable que es requerido por millones de lectores.

Este manual de producción y distribución de revistas periodísticas sirve a cualquier persona interesada en conocer el procedimiento para realizar una revista desde los trámites que se tienen que hacer para su buen funcionamiento, con qué elementos técnicos y humanos debe de contar para llevar a cabo el trabajo, el contenido de cualquier publicación hasta su distribución; por lo tanto a un egresado que desee consultarla le va a aportar conocimientos de saber cómo se hace una revista y con qué elementos debe contar.

En el primer capítulo se describe qué es una revista, su desarrollo, evolución, publicidad, su circulación y distribución, ventajas y desventajas; además de los trámites legales y fiscales de una revista ante las diferentes dependencias ya que a la fecha son desconocidos este tipo de procedimientos por muchas personas.

En el segundo capítulo se conocerá la organización de una empresa periodística y la organización y realización de una nueva revista tomando como ejemplo a *"Temas de la Semana"* así como su contenido y las personas que laboran en una revista.

Aquella persona que por primera vez quiera publicar una revista puede tener una idea más clara al seguir cada uno de los pasos que aquí se proponen para lograr así crear un órgano informativo bien organizado y accesible a los lectores. El objetivo de la presente tesina es dar a conocer la producción y distribución de una revista periodística.

Además se anexa la solicitud que se debe llenar para obtener el certificado de Título y Contenido, la legislación de Derechos de Autor, reglamento sobre publicaciones y revistas ilustradas que se tienen que consultar para realizar una publicación ya que es importante que se consulte para saber como se defiende el contenido de las publicaciones y obtener beneficios al conocer que contienen éstas y un glosario con los términos más comunes en este proyecto ya que no siempre se conoce que significan este tipo de términos.

CAPÍTULO 1

HISTORIA DE LAS REVISTAS

En el presente capítulo se describe la historia de las revistas como un medio de comunicación importante ya que además de entretener y divertir, realizan labor social al informar. Aunque no todas tienen esa prioridad; día con día, unas surgen y otras desaparecen, generando de esta manera trabajo y posibilidades de ingreso para un fragmento de la población estudiantil en comunicación.

Una revista se caracteriza de los demás medios de comunicación por que es una publicación impresa que permanece en el poder del público indefinidamente, son ediciones que pueden guardarse, coleccionarse para leerse y releerse en cualquier momento; en la actualidad ha sido un fundamental recurso para la humanidad dentro del medio de la comunicación.

También se describe qué es una revista, su desarrollo, evolución, diseño, tipos, su publicidad; así como su distribución y circulación en los distintos canales de comunicación y sus ventajas y desventajas; los trámites legales y fiscales que se realizan para dar inicio a una publicación y ante qué dependencias.

1.1.- ORIGEN Y DEFINICIÓN DE REVISTA

La revista es una publicación periódica que puede ser semanal, quincenal, mensual, trimestral, semestral y anual con información sobre varios temas generales o bien especializados; la cual no aparece diario, que acoge de entre sus páginas apuntes del mundo actual, una visión panorámica del entorno, es por ello que el periódico es considerado el antecesor de la revista.

Etimológicamente la palabra revista se deriva del término revisar o pasar revista que se entiende como dar una segunda vista o realizar un examen cuidadosamente. En nombre español Revista, en italiano Rivista, en francés Revue, en inglés Review y el también inglés de Magazine (almacén, reservorio) nombres que por lo que generalmente se entiende la revista miscelánea y enciclopédica.

Dentro de los medios de comunicación impresa, en la actualidad y aún desde el inicio de la primera revista ha sido un trascendente recurso para la humanidad dentro del medio de la comunicación.

Su origen se remonta hacia el año 1631 apareciendo en Francia por obra y gracia de Théophraste Renaudot, llamada la **Gacette de France**; una publicación semanal de carácter político e informativo surgiendo por el vacío existente entre la información que brindaban los periódicos y los libros de aquella época.

A las primeras revistas se les denominaba "**periódicos literarios**" o "**políticos**" que eran dirigidos a ciudadanos que podían pagar un precio elevado por una hoja impresa; en su contenido se veían noticias sobre asuntos políticos, financieros y culturales. En términos simples, la revista era más flexible que un libro y menos que un periódico.

Las revistas estadounidenses comenzaron en 1741 cuando Andrew Bradford publicó "**American Magazine**" y Benjamin Franklin con "**General Magazine**". De la misma manera que los periódicos coloniales, las primeras revistas proporcionaban un medio para la expresión política.¹

A diferencia de Estados Unidos el primer periódico en México que añadió periodicidad fija fue la "**Gaceta de México**" editada en 1722 y a partir de 1805 se comienza a editar el "**Diario de México**" apareciendo por once años en 25 tomos que trataban temas como ciencia, literatura, noticias sociales, política, etc.

En México, después del triunfo de la República, Manuel Ignacio Altamirano habla de iniciar la aparición de las grandes revistas literarias. Tras la publicación de "**El Renacimiento**" que se comenzó a editar en enero de 1869, surgen "**La Revista Azul**", dirigida por Manuel Gutiérrez Nájera y Carlos Díaz Dufoo cuya periodicidad fue semanal y se publicó de 1894 a 1896; "**La Revista Moderna**" encaminada por Bernardo Cuoto Castillo que fue quincenal y se publicó de 1898 a 1910 y "**Contemporánea**" cuya principal temática de ambas era la cultura.

En el siglo XX las revistas se vuelven imprescindibles para los movimientos culturales y prueba de ello es con la creación de "**Regeneración**" y "**México Moderno**" cuyos temas centrales eran la oposición y la alta cultura.

La tradición de las grandes revistas literarias fueron seguidas en 1906 por la "**Revista moderna**", "**Savia Moderna**", "**Contemporáneos**", y "**Letras de México**"; dando auge a los poetas de México. En 1910 se funda "**Revista de Revistas**" estableciéndose así a las revistas con contenido de carácter general.

¹ BIAGI, Shirley. Impacto de los medios. pág. 82.

Al término de la segunda guerra mundial hasta finales de la década de 1960, las revistas se convirtieron en un verdadero medio masivo de comunicación, tratando de ser atractivas para todo el mundo, podemos señalar que el surgimiento de las revistas está ligado al periódico.

La revista tiene algunas características del periódico como son: informa noticias recientes y trascendentales, clasifica la información a través de secciones y usa ilustraciones y fotografías. También tiene diferencias en cuanto a su periodicidad, tamaño, tipo de papel, contenido, secciones, etcétera.

Con ello podemos señalar que: "La revista constituye una parte vivificante y fascinante de nuestra existencia intelectual, y ha desempeñado un papel crucial en la configuración de las formas culturales y sociales del siglo XX".²

Las revistas reflejan la cultura que nos rodea y las características de la sociedad. Conforme cambian las necesidades y los estilos de vida de los lectores, también cambian las revistas.

"En todas las épocas la revista ha comprendido las necesidades y aficiones del público y ha desempeñado papeles sucesivos, como árbitro literario, como campeona de buenas causas, como "expositora de ruindades" y como pasatiempo."³

Además se han convertido en un medio de comunicación impresa fundamental en nuestro país; por ello mencionaremos la proliferación que han tenido las revistas.

1.2.- CATEGORÍAS DE REVISTAS

La revista ha proliferado de manera asombrosa, ha invadido todos los hogares del mundo para llevar información, cultura y entretenimiento; en México existen diversos formatos y tipos de publicaciones como las de espectáculos, musicales, políticas, pornográficas y/o especializadas que no cualquiera puede adquirir por su costo o por su distribución tan limitada. Entre estas encontramos las siguientes: Deportivas, Femeninas, Modas, Espectáculos, De vida privada (Jet set), Turísticas, Policiales, Economía, Finanzas, Informática, Telecomunicaciones, Ciencia, Tecnología, Medicina, Autos, Científicas, Políticas, Culturales, etc.

² OWEN, William. Diseño de Revistas. pág.18.

³ FRASER, Bond F. Introducción al Periodismo. pág. 54.

La heterogeneidad es notable en materia de revistas y para la autora Mabel Martínez Fernández las hay de todo formato, tipo, orientación y propósito. Es difícil establecer una clasificación que las alcance a todas sin embargo se pueden citar los siguientes rubros que las hace distintas entre si:

- a) Circulación y origen: Nacionales, regionales, provinciales, comunales, institucionales, privadas e internacionales
- b) Especialización: Información general, de noticias, especializadas y técnicas.
- c) Contenido: Políticas, ideológicas, artísticas, deportivas, literarias, de modas, humorísticas.
- d) Otras: Ilustradas y gráficas, historietas, de síntesis, selecciones o comprendios y colecciones de fascículos.

CLASIFICACIÓN DE ALGUNOS TIPOS DE REVISTAS EN MÉXICO:

*POLÍTICAS: PROCESO, IMPACTO, CONTENIDO

*ARTÍSTICAS: MANUALIDADES, ARQUITECTURA, PINTURA

*MODAS: VANIDADES, COSMOPOLITAN, VOGUE, BAZAR

*LITERARIAS: VUELTA, NEXOS

*HUMOR: CHISTES, PASATIEMPOS, MUSICALES

*ESPECIALIZADAS: INTERNET, ECONOMÍA, SALUD, FINANZAS.

Las revistas también desempeñaban algunos de los papeles que hoy en día tienen los demás medios de comunicación –televisión o radio-, pero con el auge de la televisión las revistas ilustradas sufrieron una crisis que se superó hasta lograr una convivencia con ella.

En su libro Diseño de Revistas, Owen Willian señala: "Las revistas son un elemento esencial de la existencia humana y vitales para el mantenimiento de la vida. Pues bien, lo son, aunque no de forma tan profunda como los libros; y lo son con absoluta seguridad para aquellos cuyos trabajos y carreras están dedicadas íntegramente a ellas. Porque, si bien las revistas sirven para informar, son

primordialmente un entretenimiento y, a la vez que informan, deben también atraer" ⁴

Las revistas atraen a los lectores por su diseño y en ocasiones con sólo observar la portada se tienta a introducirse en ella para conocer lo que se encuentra en su interior.

1.3.- EVOLUCIÓN Y DISEÑO DE REVISTAS

Indiscutiblemente las revistas son atractivas por su diseño, inicialmente la revista carecía de un formato visual único, es así como se convierte en un medio ideal para la exploración gráfica. La "era dorada" del diseño se desarrolló aproximadamente entre 1945 y 1968 en Estados Unidos, y sus méritos hay que atribuirlos a una serie de generaciones consecutivas. Durante este período su diseño fue madurando en poco más de 50 años, tiempo que transcurrió desde la introducción de la fotografía en las revistas ilustradas. Sin embargo, este período no debe considerarse como la cumbre de su realización.

Existe una mayor competencia técnica en cuanto al diseño, aunque no siempre esté acompañada por el talento o por su contenido. La revista ilustrada nació directamente de la invención de la reproducción fotográfica y de la automatización de la imprenta.

Al principio, el impacto de los nuevos métodos de imprenta, fotografía, reproducción fotomecánica estuvo reducido a los ciclos de producción, impresión y hasta distribución. Los editores aprovecharon esto para incrementar la circulación e incorporar ilustraciones nuevas y presentar una composición distinta a las ya presentadas. La ilustración proporcionó un nuevo, rápido y, sobre todo, vivaz servicio semanal de noticias.

El diseño de revistas es un proceso de creación relativamente difuso al que no se pueden aplicar principios inmutables, debido a que no existe un problema común a todos los tipos de revistas, no existe un patrón estándar de juicio para el diseño "correcto".

La propia tecnología ha concedido a los diseñadores un grado de control sin precedentes sobre el proceso de la producción, lo que ha concedido ya a una riqueza y gran variedad de expresión visual acorde con los tipos de revistas existentes.

⁴ OWEN, Op. Cit. pág. 32.

Hace algunos años todavía no se consideraba a las revistas una gran industria por lo que el contenido estaba diseñado y dirigido a grandes masas, actualmente la tendencia es hacia las especializadas. Esto significa que los lectores están informados de los diferentes tipos de contenido y por lo tanto saben qué revistas comprar cuando les interesa determinado tema, aunado a un buen diseño.

Relacionado con este vertiginoso crecimiento de la industria cultural en México, existen algunos comentarios sobre las tendencias de revistas:

-El contenido editorial es el mejor indicador de la línea y perfil de la revista que el lector puede tener en sus manos, por lo cual se puede entrar sin preámbulos al tema o al beneficio de un producto, ya que las revistas especializadas siempre tienen anuncios del sector del mercado al que se dirigen.

-Las revistas son uno de los pocos espacios de comunicación y publicidad que gozan de un tiempo de exposición más largo, ya que el lector invierte de manera natural su tiempo en hojearla, leerla, releerla y prestarla, por lo que se recomienda aprovechar esto para mandar todos los mensajes que sean posibles.

-Se están empleando todas las palabras, tipos de letras y tamaños que se puedan ocurrir, hoy día no es conservador, se rompe con los esquemas de la tipografía fina e igual, cualquier recurso es válido.

-Se utilizan altos contrastes, los colores juegan para lograr el impacto.

-A través del tiempo los gráficos han demostrado un alto posicionamiento mental, sin duda las imágenes se graban en la mente de los lectores y consumidores como hierro candente, se rompen esquemas, imprimen lo que se les ocurre para alcanzar el estrellato.

-En la variedad está el gusto, si se conjugan todos los conceptos anteriores, seguro se creara competencia, pero no hay que preocuparse, la competencia es buena. Con ingenio se puede estar a la vanguardia.

Todas las revistas han tenido en su evolución un estilo cambiante dado por la época y el momento actual en que se publica. Generalmente dan un tratamiento más amplio y contextualizado a su información, la novedad de los asuntos que abordan radica en gran parte en el tratamiento que dan a éstos. Finalmente podemos decir que la revista es un recurso informativo en el que todo país juega un papel principal para la

difusión de sucesos, eventos, descubrimientos y proyectos.

Existe una nueva categoría en rápido crecimiento: la revista web, dirigida a los propietarios de computadoras y su tarea es la de ser guía para navegar en el Word Wide Web para encontrar información en Internet. Actualmente existen revistas que no se imprimen y su contenido queda en un CD para que seleccione el lector lo que más le interese, además varias revistas tienen páginas propias como complemento para ampliar y actualizar lo que está impreso.

La industria de las revistas se liga al de la publicidad, pues de ella depende su supervivencia y su proliferación.

1.4.- LA PUBLICIDAD DE UNA REVISTA

Para que una revista pueda subsistir es necesario que anuncie publicidad además de los ejemplares que se vendan pues de ello depende su éxito y de ahí mantiene su vigencia. Una revista debe vender sus páginas de acuerdo con su línea editorial, es decir venderá espacios que sean acordes con el contenido de la edición. Y tiene por objeto dar a conocer productos y servicios para fomentar las ventas comerciales de los anunciantes.

La publicidad debe entenderse como una actividad al servicio de la sociedad y como un medio para informar sobre las cualidades, características de productos, servicios, sobre los beneficios o conveniencias que procura su consumo.

Para Mabel Martínez Valle la publicidad es “un conjunto de mensajes difundidos al público con propósitos comercial o institucionales pagados y firmados por quienes esperan resultados positivos, en procura de influenciar al consumidor de productos o servicios, crear hábitos o modificar actitudes”.⁵

Se puede vender espacios publicitarios a partidos políticos, organizaciones, empresas, servicios y a todos aquellos que deseen dar a conocer en un medio impreso sus productos o servicios, para ver reflejado su consumo.

“La publicidad es todo dispositivo impreso encaminado a vender aquello que el interesado quiere, ya sea por el interés del contenido y su circulación, la revista es un conducto importante para llevar el mensaje publicitario”.⁶

⁵ MARTÍNEZ Valle, Mabel. Medios gráficos y técnicas periodísticas. pág.37.

⁶ BREWSTER et al. Introducción a la publicidad. pág.32.

A finales del siglo XIX la publicidad en las revistas incrementó notablemente en poco tiempo, pasó de ser una fuente extra de ingresos a ser un componente clave del modelo económico, además de que si se abarcaba un amplio mercado, podían cobrar una tasa más alta a los anunciantes de tal manera que cubrirían los gastos de impresión y se generarían beneficios.

“Hasta los años ochenta del siglo pasado, las revistas permanecieron libres de publicidad. Pero Cyrus H. K. Curtis, quien fundó en Estados Unidos, *The Ladies' Home Journal* en 1887; promovió la publicidad como un medio para el éxito de las revistas”.⁷

La publicidad se apoya en la mercadotecnia que es un estudio previo que consiste en un conjunto de principios para escoger mercados y metas; identifica las necesidades de los consumidores, desarrolla productos y servicios que satisfacen esas necesidades, proporciona valor a los consumidores y utilidades a las compañías.

Se necesita de una investigación de mercado que es parte importante y sirve para que se conozca a que tipo de público van dirigidas las revistas, qué se necesita para cubrir el perfil de dicha edición, además de tener más efectividad el plan se implementa adecuadamente para conseguir el objetivo final que son las ventas.

Por lo que una investigación de mercado “no se debe privar de las ventajas económicas para obtener datos completos acerca del mercado, tener relación entre publicidad y ventas además de un amplio material de interés y sondeos para conocer gustos y necesidades de la gente”.⁸

Para llegar a conocer los intereses de un determinado público y así asegurar el éxito de la publicación, se debe realizar una investigación minuciosa, detallada y profesional que satisfaga las necesidades del lector para así lograr una efectiva retroalimentación.

El plan publicitario es un estudio de mercado con investigación y pruebas, se selecciona el medio y asigna el presupuesto para vender.

El primer paso para poder lanzar una revista al mercado es definir exactamente qué es lo que se desea; para esto intervienen intereses personales, conocimientos y recursos; el buen balance de estos tres elementos podrá ayudarnos a concebir una

⁷ BIAGI. Op.cit. pág.233.

⁸ A. SMITH. La revolución del periodismo electrónico. pág.48.

idea. El contenido de la revista permitirá seleccionar el tipo de lectores interesados en determinada publicación, considerando las inquietudes, intereses, nivel intelectual, gustos y deseos del público consumidor. Aunque en la práctica esto es más complejo ya que se requiere de un plan concienzudo que permita desarrollar habilidades para el buen funcionamiento de una edición.

El objetivo de la publicidad es suscitar deseos, orientarlos hacia el consumo de productos y enraizar estos deseos para transformarlos en necesidades.

La circulación y distribución de una revista es un proceso que se lleva a cabo para que palpemos en nuestras manos una publicación que sea afín a nuestros gustos y podamos disfrutar de ellas.

1.5.- CIRCULACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LAS REVISTAS

La distribución es la acción y efecto de distribuir, repartir o expedir a diversas zonas los ejemplares de periódicos y/o revistas de determinada publicación, está a su vez se divide en la venta callejera o la suscripción. Mientras que la circulación es la difusión de una publicación periódica que se vende o se lee en determinada zona geográfica.

Hoy en día, el desafío para cualquier medio es doble debido a que tiene que alcanzar una circulación competitiva de acuerdo con su género y a la vez optimizar sus ingresos; a continuación se describe cómo se lleva a cabo la distribución y la circulación de las revistas.

Las revistas son el medio cuya influencia es más independiente de su circulación, esto quiere decir que una publicación bien realizada, orientada a un público específico, puede lograr una adhesión de sus lectores igual o incluso superior en intensidad que la de publicaciones de mayor tirada y contenido.

Normalmente las empresas periodísticas operan con un departamento de circulación el cual se ocupa fundamentalmente de la distribución y ventas de la publicación. Sus ventas se hacen normalmente por dos canales: la suscripción y la venta pública.

Las zonas para que circule una publicación son dependiendo en dónde se van a ver, es decir si la publicación será en el DF para que cualquier revista que desee que su distribución sea en "kioscos" o lo que comúnmente llamamos como "puesto de revistas y periódicos" que se encuentran en las esquinas de casi todas las calles se

debe recurrir a la Unión de Voceadores de los Periódicos de México AC, y en provincia existen otras distribuidoras que hacen llegar a los lugares inimaginables de la República Mexicana y esto se lleva a cabo con eficacia para obtener el éxito deseado.

A continuación veremos las formas de distribución más comunes en México.

1.5.1.- Unión de expendedores y voceadores de los periódicos de México A.C.:

La Unión de Voceadores son los encargados de hacer la distribución para ellos entregarla a los despachos quienes ya directamente reparten las revistas en los casi 10,000 puestos de periódicos que se encuentran en el Distrito Federal. La Unión de voceadores se encuentra en la calle Guerrero No. 50 en la Colonia Guerrero.

La manera en que opera es la siguiente: el editor de cualquier revista o periódico va a la Unión de voceadores para que se le distribuya su publicación en cualquiera de los despachos que existen, ya asignado el despacho se encarga de entregarla a los puestos para que así sea exhibida y se pueda vender con el lector. También se acuerda con el editor el precio que se le pagará por su revista, así como las condiciones de pago por cada edición. Además acuerdan la fecha y el modo de entrega de la publicación.

Los requisitos que solicita la Unión de voceadores son:

- *El certificado de título y contenido
- *El certificado de derechos de autor

Los despachos que existen actualmente son los siguientes y dependiendo la asignación de la Unión cualquiera puede distribuir las revistas:

*Manuel Ramos, Basilio Arredondo, Gloria González, Enrique Gómez, Guillermo Benítez, Carmen y Pedro Santoyo, Enrique Rivas, Everardo Flores.

Y sus principales Secretarios Generales han tratado de mantener a la Unión ligada a los editores para lograr un mejor entendimiento y han sido:

Atilano Bautista (1923-1927), Manuel Corchado Palma (1927-1945), Everardo Flores Sahagún (1945-1946), Isaac Araujo Rodríguez (1946-1948), José Álvarez Garduño (1948-50) (1952-56), Emilio Velasco Gutiérrez (1950-1952), Francisco I. Rentería (1956-58) (1964-70), Genaro Alvarado Gómez (1958-1960), Manuel Ramos Viveros (1970-1974), Manuel Ramos Rivadeneyra (1994-1998), Enrique Gómez Corchado

(1962-64) (1974-94), Adalberto Santoyo Aztivia (1995-)

Otro aspecto que tiene que ver con la distribución es la red en provincia por ello en este apartado se menciona cómo operan.

1.5.2.- Distribución en Provincia:

Existe otro canal de distribución que son los locales cerrados quienes se encargan de colocar las revistas en tiendas departamentales y también en kioscos.

La principal distribuidora de revistas en Provincia en el Distrito Federal es: Aldis Distribuidora de Publicaciones que se encuentra ubicada en Edison 110 colonia Centro, aquí los tramites se llevan a cabo con el Sr. Armando López quien es el que analiza la revista, propone al editor a qué lugares favorecería la distribución dependiendo que tipo de revista sea; hace el acuerdo del precio al que se le pagará al editor por su revista y en cuanto a los pagos si es una publicación única el pago es después de 45 días hábiles; si es una revista semanal, quincenal o mensual se entrega un anticipo a partir del 4to. número y se van haciendo las liquidaciones totales conforme vaya llegando la devolución de las mismas revistas.

Los requisitos que solicita Aldis solamente son: certificado de título y contenido y derechos de autor.

1.5.3.- Locales Cerrados:

Para la circulación de locales cerrados existe Publicaciones Citem (antes Casa Autrey):

Primeramente publicaciones Citem fue Grupo Editorial Vid empresa en la que los dueños, Guillermo de la Parra y Yolanda Vargas hace más de 18 años se vieron en la necesidad de hacer distribución debido a lo grande que era ya la editorial, ellos a su vez venden a Casa Autrey quienes son distribuidores no sólo de revistas sino de productos farmacéuticos entre otros y a partir de enero de 2000 se expande a Publicaciones Citem.

Si el editor desea que su publicación sea distribuida en locales cerrados tiene que presentarse el producto al Gerente de Distribución que es el Lic. Santos Enríquez y se lleva a cabo la negociación en donde se evalúa las características del producto a distribuir, a qué tipo de mercado va, si es una revista que sea competitiva, si es de interés general, su precio, su periodicidad, su calidad, su contenido editorial, etcétera.

Citem distribuye en 4 mercados que son:

- 1) Locales cerrados (comprende a Vips, Samborn's, tiendas del aeropuerto, establecimientos fijos, etc.)
- 2) Unión de voceadores
- 3) Agentes foráneos (comprende la distribución en la República Mexicana con sus principales representantes en plazas)
- 4) Comercio Internacional (distribución en Miami, Los Angeles, Florida, etc.)

En cuanto a los requisitos que solicita Citem para comenzar la distribución son los siguientes: Acta constitutiva de la empresa editorial o del editor, RFC, Copia de poder notarial, Domicilio fiscal, comprobante de domicilio e identificación de la persona que firmará el contrato, copia del Certificado de Derechos de Autor, copia del Certificado de Licitud de Título y Contenido. Y en cuanto a las formas de pago de las liquidaciones varían siempre dependiendo la periodicidad del producto esto depende del área jurídica y los pagos comienzan a hacerse a 70 ó 90 días después de la primer distribución.

La distribución en provincia y en locales cerrados se puede hacer también con otras distribuidoras que son: Codiplirsa, Citem (antes Casa Autrey), Intermex, Sairols, Sepomex (Servicio Postal Mexicano) y Dimsa, entre otras, pero depende de cada editor decidir quién o quiénes serán los que distribuyan su publicación en provincia y sobre todo ver que empresa distribuidora ofrece mejores ventajas y desventajas.

1.5.4.- Suscripciones:

La suscripción de una revista se hace mediante domicilio durante un lapso de tiempo establecido que varía de tres, seis o doce meses. Esto permite que la ganancia sea por adelantado y que se determine cuanta población está de acuerdo con una publicación.

La venta de suscripciones es importante, pero en cuestión de utilidades y negocio, la venta de espacios publicitarios es fundamental.

Mientras que en los locales cerrados o por medio de la Unión es difícil saber cuántos ejemplares se venderán, la opción más viable resulta la de suscribirse por correo para que así el lector tenga asegurada su publicación, sin necesidad de tener que esperar a que llegue a los puestos.

1.6.- VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE SU DISTRIBUCIÓN

Las suscripciones tienen la ventaja de ser una venta segura, garantiza su tiraje, al lector le favorece recibir los ejemplares en su domicilio y para la venta pública existen los expendios o los voceadores.

En cuanto a las desventajas existe el favoritismo, pues se beneficia a un pequeño grupo de voceadores creándose así la inseguridad entre ellos mismos ya que a causa de la desorganización de los mismos voceadores en su afán por vender otras publicaciones que les dejan más utilidad procuran vender otras y no las que el cliente les pide, creando así la disminución en las ventas de las publicaciones que el editor cree vender.

En la venta de revistas y periódicos existen mafias con los diferentes despachos ya que no siempre distribuyen como debe de ser, porque hay algunas publicaciones que les dejan mayor utilidad que otras y prefieren devolverlas a venderlas.

A continuación se explica cuáles son los trámites que se hacen para poder dar inicio a cualquier revista y ante qué dependencias.

1.7.- TRÁMITES LEGALES Y FISCALES DE UNA REVISTA

Toda empresa o negocio debe cumplir ciertos requisitos legales y fiscales para poder operar sin ningún impedimento y en México es necesario cumplir requisitos de orden jurídico para la edición de diarios y revistas.

Para la buena marcha legal la mayor parte de las empresas editoras de revistas, están inscritas como Sociedad Anónima ya que permite la ventaja de requerir un mínimo de dos socios y tener un mayor control en las decisiones o acciones que se quieran llevar a cabo.

Lo primero que se debe hacer es darse de alta ante un notario público para que certifique la sociedad y después en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público sacar la alta de empresa para poder operar normalmente.

La licitud de contenido y título se obtiene ante la Comisión Calificadora de Publicaciones en la Secretaría de Gobernación; los derechos de contenido y título en la Dirección de Derechos de Autor de la Secretaría de Educación Pública.

1.7.1.- Dictamen previo y reserva:

Para los trámites de cualquier tipo de revistas es necesario acudir a la Dirección General de Reservas del Instituto Nacional del Derecho de Autor, de la Secretaría de Educación Pública; ubicada en la Calle de Dinamarca 84 P.B col. Juárez, C.P. 06600. El derecho de autor es el conjunto de prerrogativas morales y pecuniarias que poseen los creadores de una obra por el mismo hecho de haberla creado, además de que los protege y fomenta la creación intelectual. Los costos que aquí se mencionan son los que regían en el momento en el que se realizó y terminó la investigación por lo cual a la fecha pueden ser otros.

I.- Búsqueda o dictamen previo: Este trámite es el primer paso que hay que dar después de saber qué nombre puede llevar la revista, se entrega un formato el cual se llena con los datos de la persona que tramite especificando qué posible nombre llevará la publicación y que no sea repetido con otro nombre. Después de 15 días se da la autorización para hacer la reserva, este trámite cuesta \$ 85.00 y se paga en los bancos con una forma fiscal.

II.- Reserva: Si se autoriza el nombre de la publicación, se reserva y después se paga en el banco \$ 882.00 que es el costo de dicho trámite, posteriormente se libera en 10 días el certificado de reserva de derechos al uso exclusivo del título solicitado, sin el cual no podrá darse inicio al trámite de calificación de conformidad con lo dispuesto en el artículo 13 del Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas.

Art.13.- La solicitud de licitud de título y contenido deberá hacerse por escrito; anexando para los efectos del primero, la constancia expedida por la Dirección General de Derechos de Autor, de que no existe inconveniente legal en su materia para que se conceda la reserva de derechos al uso exclusivo del título o cabeza correspondiente, y para el segundo, cinco ejemplares, en su caso, de los tres últimos.

La declaración de licitud de contenido, lleva implícita la del título correspondiente, entendiéndose con ello, cancelado este último. Para ambos trámites se encuentra una ventanilla de recepción de documentos la cual proporciona orientación para el llenado de los formatos, en un horario de 9:30 a 13:30 p.m. de Lunes a Viernes, dicho trámite dura 1 año, y cada año hay que renovarlo para no perder la vigencia de la publicación.

1.7.2.- Certificado de título y contenido:

Para iniciar el procedimiento de Calificación de un medio impreso que tenga periodicidad, deberá presentar en las oficinas de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación la solicitud y adjuntar los documentos incluyendo copia del Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del Título, esto es en la Calle de Abraham González No.48 Edificio Anexo, P.B. col: Juárez C.P. 06600 y la Segob analiza el contenido de la publicación para proceder el trámite. En el anexo se incluye el ejemplo de la solicitud que se debe de llenar para obtener el título y contenido de la publicación.

1.7.3.- Requisitos del directorio de la publicación:

Toda publicación debe llevar su directorio para saber quién o quiénes son los responsables de la edición, en donde se encuentran sus oficinas y en qué lugar se imprime. Es importante conocer este requisito ya que todas las revistas lo tienen y se ubica por lo general en la primera página.

- 1.-Título de la publicación (igual al que se encuentra en la reserva del instituto nacional del derecho de autor)
- 2.-Fecha de impresión y periodicidad.
- 3.-Nombre completo del editor responsable designado en la solicitud
- 4.-Número de reserva al título en derecho de autor
- 5.-Número de certificado de licitud de título
- 6.-Número de certificado de licitud de contenido
- 7.-Domicilio de la publicación
- 8.-Nombre y domicilio de la imprenta
- 9.-Nombre y domicilio del distribuidor

EJEMPLO DEL DIRECTORIO DE LA PUBLICACIÓN:

*"TEMAS DE LA SEMANA", Revista semanal enero 2000.
Editor Responsable: Remigio Anguiano Téllez.
Número de Reserva al Título en Derecho
de Autor: 04/1999-101312480100-102
Número de Certificado de Licitud de Título: (en trámite)
Número de Certificado de Licitud de Contenido:(en trámite).
Domicilio de la Publicación: Morelos No.45 Despacho 104
Col: Centro C. 06010, México D.F
Tels: 55 12 98 98 y 55 12 99 28*

Imprenta: Grupo Editorial Anguiano S.A. de C.V,
Guizar y Valencia 16 San Andrés Atoto, C.P. 53500
Naucalpan de Juárez, Estado de México
Tels: 53570053 53595096 53570004
Distribuidor: Despacho Basilio Arredondo, Iturbide 18
Col: Centro C.P. 06010, México, D.F.,
En la República: Distribuidora Albek Edison 101
Col: Tabacalera México, D.F.
En locales cerrados y la República Mexicana:
Publicaciones Citem, (antes Casa Autrey)
AV. Taxqueña 1428 Col: Paseos de Taxqueña,
México. D.F. C.P. 04250

la semana

lasemana@prodigy.net.mx

PRESIDENTE

Remigio Anguiano Téllez

CONSEJO EDITORIAL

Remigio Anguiano Téllez

Salvador Arizmendi Gutiérrez

Alfonso Ciprés Villarreal

Luis Gutiérrez Esparza

Adolfo Guerra Talayero

Humberto Matalí Hernández

José Reveles

EDITOR EN JEFE

Humberto Matalí Hernández

COORDINADOR DE REDACCIÓN

Salvador Arizmendi Gutiérrez

COORDINADOR DE ECOLOGÍA

Alfonso Ciprés Villarreal

COORDINADOR DE UNIVERSITARIOS

Adolfo Guerra Talayero

COORDINADOR DE ARTE Y DISEÑO

Mario Estrada Paniagua.

CAPTURA Y CORRECCIÓN

Javier Castillo T.

CARTONISTA

Paco Buendía, Kemchs.

Enrique H. Matalí R., MILO

FOTOGRAFÍA

Agencia Fotográfica EIKON

Miguel Angel Valera

CORRESPONSALES

Morelos

Rodrigo Maceda Jiménez

Puebla

Erik Velasco Morales

COLABORADORES

Yuri Serbolov, Fernando Aguilar, Benjamín Russck de Garay, José Alvarez Icaza, Javier Fernández Aguilar, Griselda Barrera, David Grajales, Yazmín Gómez Cabrera, Luis Gutiérrez Esparza, Luis Alberto García, Mónica Higareda, Oscar Loera Luna, Carlos Padilla Ríos, Víctor Manuel López-Wario, Ramsés Ancira, Alejandro Merino Fuentes, Guadalupe Ramos Salmerón, José Reveles, Jonathan Torres E., Teresa Weiser, Omar Montes H. Víctor Cázares Nava.

Revista semanal, mayo de 2000. Editor Responsable: Remigio Anguiano Téllez.

Número de Reserva al Título en Derecho de

Autor: 04-1999-101312480100-102. Número de

Certificado de Licitud de Título: (en trámite).

Número de Certificado de Licitud de Contenido:

(en trámite). Domicilio de la Publicación: Morelos

No. 45, Despacho 104, Col. Centro, C.P. 06010,

México. Tel. 55 12 98 88 y 55 12 89 28 D.F.

Imprenta: Grupo Editorial Anguiano, Guizar y

Valencia 16, Col. San Andrés Atoto, C.P. 53500,

Naucalpan, Edo. Mex. Distribuidor en toda la

R e p ú b l i c a

1.7.4.- Código de barras:

Los lectores de códigos de barras empiezan a generalizarse en la identificación de productos de consumo, revistas, periódicos, cartas, etc., es decir en productos que se manejan en grandes cantidades y mediante una etiqueta se identifica, esto permite cierta facilidad sobre todo si dicho producto se ofrece en tiendas departamentales o centros donde lo manejan con computadora y en la actualidad se genera esta nueva tendencia por su facilidad, rapidez y confiabilidad.

Ejemplo del código de barras de la revista:



Para que cualquier revista que desee ser vendida de esta forma ya sea en tiendas de servicio o departamentales (en este caso sea Samborn's, Vip's, Aurrera, etc) es necesario acudir a la Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico (AMECE) que se encuentra ubicado en Horacio 1855 6to piso col: Chapultepec Morales, México DF. o llamar a los teléfonos: 5395-20-44 y 5395-16-79 pues ellos son los autorizados para designar el código de barras y existen dos opciones:

- Si ya se cuenta con el ISSN que otorga la Secretaría de Educación Pública es más fácil pues asignan unos números más a los que ya contiene el ISSN y no tiene costo alguno y solamente hay que enviar la copia del ISSN en una hoja los siguientes datos: Nombre del editor de la revista, dirección, teléfono, nombre de la revista y en 24 horas se obtiene el código.
- Si no existe aún el ISSN entonces hay que afiliarse a la AMECE para que asignen el código de barras y la inscripción cuesta \$ 4,200.00 y pagar anualmente \$ 1,200.00.

En este primer capítulo se dieron a conocer de manera breve la historia de las revistas y los requerimientos que se necesitan para que pueda operar normalmente ya que pocas personas conocen los trámites, además de que desgraciadamente en nuestro país surgen revistas que se aventuran a la búsqueda de lectores pero desgraciadamente no siempre se distribuye como debiese debido a que existen mafias dentro de las mismas distribuidoras que no permiten que una revista sea exhibida por opacar a las otras.

CAPÍTULO 2

DISEÑO Y CONTENIDO DE LA REVISTA “TEMAS DE LA SEMANA”

En el primer capítulo se hace referencia a la historia de las revistas, su desarrollo, su evolución, publicidad, su circulación y distribución; los trámites legales y fiscales para su buen funcionamiento; en el presente capítulo se describe la organización de una empresa periodística, la realización y organización del nacimiento de una nueva revista, su diseño que abarca desde el logo y portada hasta tenerla encuadernada, su contenido en general, pasos para crear una revista y los géneros periodísticos que abarca, cómo es el personal que labora en ella así como una pequeña síntesis de la producción y distribución de la propia revista.

Se describe el cómo se organiza una empresa periodística y quienes intervienen en ella, así como los procesos que intervienen en la edición de una nueva revista y su contenido en general que abarca los géneros periodísticos y finalmente la revista terminada; describe también a su personal que prácticamente son periodistas investigadores.

2.1.- ORGANIZACIÓN DE UNA EMPRESA PERIODÍSTICA

Los medios de comunicación social se desarrollan a través de empresas ya sea industriales o mercantiles en las que el capital y el trabajo son dos importantes factores de su producción. Pero anteriormente sus comienzos fueron modestos. La mayoría en nuestro país están estructuradas y manejadas como mercantiles pues su finalidad es obtener ganancias o poder político, en lugar de ser industrias sin afán de lucro, dedicadas a servir a la sociedad.

La empresa periodística es “un conjunto organizado de actividades personales, medios económicos, técnicos y relaciones comerciales, para la consecución de una idea de producción o mediación de bienes o de servicios”.⁹

Debe ser económicamente solvente para asegurar su independencia y al tener una excelente organización e instalaciones adecuadas, además de mejorar su evolución gracias al avance de las artes gráficas que determina en gran medida el desarrollo de las empresas.

⁹ SORIA, Carlos. El director de periódicos. pág.137.

“Las empresas periodísticas en el sector económico han tenido un más rápido desarrollo y crecimiento en los últimos años. Y en éste, los medios masivos ocupan un lugar preponderante”.¹⁰

Dentro de una industria editora de revistas se presentan cinco áreas básicas que la conforman:

*Departamento administrativo: Se hace cargo de la función organizativa de la empresa, atiende las relaciones con los empleados, paga cuentas con las instituciones de seguridad social, fiscales y hacendarías, realiza adquisiciones, manejo de nómina y cargo de cobranzas por venta de publicidad. Además de hacer las compras de los suministros necesarios para la confección de la edición. Atiende la circulación y, en suma es la encargada de administrar los recursos económicos.

*Departamento editorial: Está al frente del director editorial que es el responsable de realizar el contenido editorial de la revista y tiene a su cargo la redacción que está integrada por un Jefe de Redacción, corrector, redactores. Aquí se deciden los temas para cada edición además de supervisar a las personas que escriben los artículos y programan los artículos de investigación, se dan las ordenes de trabajo, se corrigen los textos y se preseleccionan las fotografías. Los diseñadores que determinan el aspecto de la revista también son considerados como parte del departamento editorial.

*Departamento de circulación: Se encarga de la información de suscripciones. Los empleados de este departamento capturan las nuevas suscripciones y manejan los cambios de domicilio y cancelaciones.

*Departamento de publicidad: Es el responsable de encontrar compañías a las que les gustaría anunciarse en la revista. Los empleados de este departamento con frecuencia ayudan a las compañías a diseñar sus anuncios consistentes en el formato de la revista.

*Departamento de producción y distribución: Se encargan de imprimir la revista para llevarla a los lectores. Esto con frecuencia incluye contratar a una compañía externa para imprimir la revista y otra para distribuirla.

¹⁰ HERRÁN, Ma. Teresa et al. Ética para periodistas. pág.52.

La estructura de la administración puede variar también dentro de los diferentes departamentos ya que una persona puede hacerse cargo de varias personas y supervisar otros departamentos, eso depende de la adecuada administración de cada empresa.

El objeto de la empresa periodística es realizar una tarea de comunicación a través de la edición de una o varias publicaciones periódicas, el contenido deberá reflejar el conjunto de principios que el promotor ha trazado al determinar su idea empresarial".¹¹

Para el nacimiento de cualquier revista debe existir una planeación que sustente las actividades que se deseen realizar, como los son los recursos con los que se cuentan para imprimirla y los costos que genere.

2.2.- ORGANIZACIÓN Y REALIZACIÓN DE UNA NUEVA REVISTA: "TEMAS DE LA SEMANA"

"Temas de la semana" surge como un proyecto nuevo y diferente ante la saturación del mercado de revistas y publicaciones existentes, tanto en el Distrito Federal como en el resto del país, la aparición de este medio debe ofrecer un contenido distinto, manejo informativo e imagen innovadora, además de un diseño atractivo que rompa con lo establecido en las publicaciones comercializadas.

Para la creación de la nueva revista, el editor responsable es el presidente de la empresa denominada "Grupo Editorial Anguiano S.A. de C.V." que fue fundada el 12 de enero de 1996 bajo el nombre de José Antonio Anguiano Godínez, y se constituyó el 29 de abril de 1997 hoy en día se cuenta con equipo para que se decidiera crear e imprimir aquí la revista. Además se dedican a la impresión de folletos, trípticos, posters, revistas, y a maquilar cualquier trabajo relacionado con este campo.

Grupo Editorial Anguiano cuenta con los medios necesarios en cuanto a maquinaria se refiere pero desgraciadamente como todas las empresas tienen otras necesidades como falta de personal adecuado para operarlas y una buena administración financiera que regule todos los gastos que genera.

¹¹ SORIA. Op cit. Pág.138.

La organización de una empresa se modifica de acuerdo a su publicación y al de sus propietarios. El publicar una revista requiere de un complicado proceso de manufactura lo cual se logra solamente con una buena organizada administración.

El presidente de Grupo Anguiano decide sacar una nueva publicación ya que tiene la infraestructura técnica necesaria para crearla y porque cuenta con maquinaria ideal para la impresión de revistas y la función de la revista es producirla para generar ingresos y la maquinaria que actualmente tiene es:

MÁQUINAS PARA IMPRESIÓN:

- *Una máquina Heidelberg Rotaspeed 4 colores en formato de (72x102 cms) con capacidad de 35,000 impresiones por turno.
- *Una máquina Mann 2 colores con formato de (57x87 cms) con capacidad de 24,000 impresiones por turno
- *Una máquina Milhie de 1 color con formato de 4 oficios, con capacidad de 36,000 impresiones por turno
- *Una máquina Ab-dick de 1 color con formato doble oficio, con capacidad de 36,000 impresiones por turno
- *Una máquina Harris V25 4 colores sin horno formato (57x87 cms) con 3 dobleces, con capacidad de 104,000 impresiones por día.

MÁQUINAS DE FOTOLITO:

- *Una cámara de fotolito vertical con formato de 4 oficios
- *Dos marcos de vacío marca nuarc
- *Ponchadora de 7 ponches
- *Mesas de formación
- *Procesadora de láminas
- *Dos matrizadoras Ab-dick
- *Una guillotina de 75 cms. de luz digital
- *Una pegadora hot mel Muller martini con 18 ponedores con capacidad de 16,000 libros por turno
- *Una dobladora de pliegos hasta 74 cms ancho 4 dobleces naturales

EQUIPO:

- *Una fotocomponedora marca Linotronic L-300 ancho de película 12" hasta 2540 dpi (150 lpi) láser HeNe nivel 3 PostScript
- *Procesadora de negativos automático con capacidad de 22"
- *Power Macintosh G3
- *Mac
- *Power Macintosh 5260

- *2 pc's
- *Scanner de 35 mm a 3900 Dpi (positivo y negativo) para Pc/Mac
- *Scanner HpScanje 4200C
- *2 Scanner de cama plana de 2800 Dpi para Mac/Pc Microteki
- *Dispositivos magnéticos Zip (100 MB) Jaz (1GB) CD-ROM
- *Quemador de Cd's para Mac/Pc's
- *Impresora de inyección tinta Epson Stylus 600 color de 300 a 1400 Dpi
- *Impresora de inyección de tinta Hp Deskjet 1120 C a color de 300 a 1400 Dpi
- *Impresora Hp Laserjet 6L DE 300 A 600 dPI
- *2 monitores de 17" a 1200 Dpi (Apple múltiple scan 720 Y Tatung) cada uno
- *Plataforma de trabajo híbrida (Mac/Pc) desde aplicaciones como: Photoshop, Pagemaker, Freehand, Quarkxpress, Illustrator, Corel Drawj, Oficce 97, Omnipage Direct.

TRANSPORTE:

- *Una camioneta de 3 1/2 toneladas
- *Una combi de carga
- *Una motocicleta

INSTALACIONES:

*1100 metros cuadrados planta de producción y almacenes, 150 metros cuadrados de oficinas y áreas de diseño con tres líneas y fax, se cuenta con una instalación eléctrica con una subestación de 23,000 volts y un transformador de 150 Kvs en Guizar y Valencia 16 San Andrés Atoto, Naucalpan Estado de México y en Morelos No.45 Col: Centro la oficina general de la revista para recibir correspondencia relacionada con la misma en un despacho de 100 metros en que sólo se cuenta con fax, teléfono, máquinas de escribir y 2 computadoras para hacer la captura del contenido de la revista.

Para la producción de una revista no es necesario que se cuente con toda esta maquinaria ya que sólo se necesito para *"Temas de la semana"* de la fotocomponedora y la procesadora de negativos una Mac y el escáner, la formación se hacia en el departamento de fotolito y laminación y finalmente pasa a la máquina Heidelberg, pero para que alguna persona que quiera editar una revista no necesita tener estas máquinas se puede mandar a hacer en una editorial que garantice la calidad de su trabajo.

Primeramente después de saber que se contaba con la infraestructura para realizar la impresión de la revista se dio a la tarea de conocer los trámites que se presentaron en el primer capítulo y se presentaron el diseño y contenido de la revista

es cuando se decide realizar una investigación de mercado para conocer a qué público va dirigido la edición después de hacer una rigurosa y selectiva investigación, finalmente se saca el primer ejemplar de ***"Temas de la Semana"***.

"La investigación de mercado es un instrumento clave, empleado por los ejecutivos de la empresa periodística, para aportar cambios a una nueva industria y contribuir al éxito de la empresa".¹²

Es por ello que con esta investigación la persona encargada de este procedimiento creyó que con esta revista se vería beneficiada la empresa para poder seguir produciendo muchas más ediciones que la ya presentada.

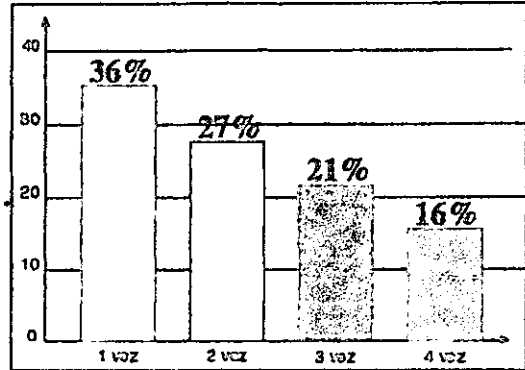
Después de saber todo lo referente y lo que implica realizar el procedimiento de una nueva revista y tener la publicidad por medio de intercambios primeramente y después por venta se presenta el perfil que tiene la revista para satisfacer a los lectores de la zona metropolitana de México y que dio inicio a que se imprimiera el primer ejemplar.

Después del segundo ejemplar el consejo de administración decide que ***"Temas de la semana"*** puede ser visitada también en Internet en su propia página: *www.temasdela semana.com

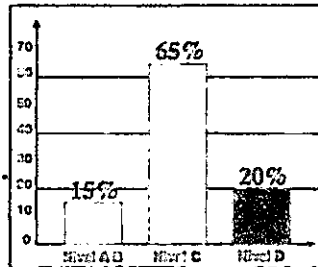
¹² A. SOHN, et al. La dirección de la empresa periodística. pág.124 .

Perú la semana del Lector

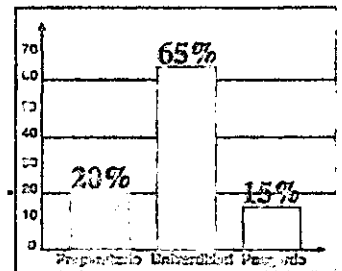
COMPOSICIÓN DE LOS TEMAS	
POLITICA:	20%
SEXOLOGIA	5%
MEDIOAMBIENTE	10%
UNIVERSITARIOS	20%
INTERNET	5%
CULTURA Y DEPORTES	15%
ECONOMIA	15%
DEMANDA SOCIAL	10%



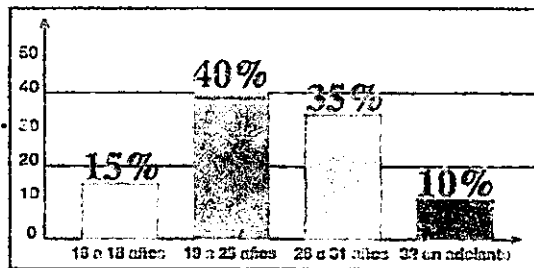
FRECUENCIA	
1 VEZ	36%
2 VECES	27%
3 VECES	21%
4 VECES	16%



NIVEL DE LECTURA	
NIVEL A:	15%
NIVEL C:	65%
NIVEL D:	20%

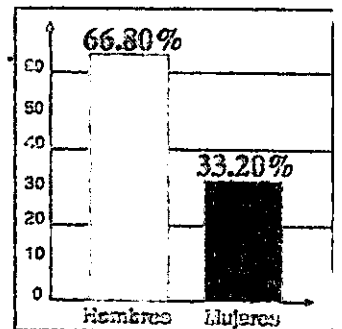


NIVEL DE ESTUDIOS	
PREPARATORIA:	20%
UNIVERSIDAD:	65%
POSGRADO:	15%

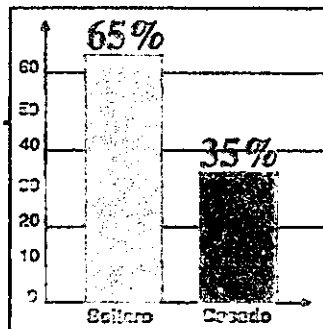


EDAD	
16 A 18 AÑOS	15%
19 A 25 AÑOS	40%
26 A 31 AÑOS	35%
32 AÑOS EN ADELANTE	10%

SEXO	
HOMBRES:	66.80%
MUJERES:	33.20%



ESTADO CIVIL	
SOLTERO:	65%
CASADO:	35%



DISTRIBUCION NACIONAL	
COSTO DE REVISTA	\$ 15.00
NUMERO DE PAGINAS	64
LECTORES POR EJEMPLAR	4

2.3.- DISEÑO DE LA REVISTA "TEMAS DE LA SEMANA"

En cuanto al diseño se propuso que fuera en tamaño carta, ya que así se logrará un equilibrio informativo con material gráfico, fotografías o ilustraciones, con impacto noticioso para que el lector de forma clara y simple lea los textos presentados. Aunque no existe ningún estándar de tamaño, formato o extensión, una revista puede ser de cualquier tamaño y del formato que se considere apropiado.

La información debe ser limitada a un manejo de páginas pares, de tal forma que entre gráficas y textos, se complementen no sólo en la información sino también en arte visual. La revista estará dividida en diferentes secciones, definida y que fácilmente se distingan una de la otra. La mayoría de las noticias deben ser manejadas de tal forma que sean intemporales, con el fin de que el ejemplar no pierda vigencia, incluso después de la publicación. Se ofrecerá un estilo de redacción uniforme con un lenguaje llano en que se respeten las reglas básicas del idioma, sin que recurra a la utilización de gerundios y a unir verbos.

Además el formato tamaño carta da una convención mejor para la impresión que se hace en la maquina Heidelberg Rotaspeed de 4 colores, ya que si hubiera sido en tamaño tabloide se tendrían que hacer mas pliegos y eso implicaría un elevado costo, además de que se consideró el tiraje que sería de 1500 ejemplares y el tiempo de la producción, también se acordó que el costo de la edición sería de \$15.00 pesos para poder recuperar la inversión de los primeros números ya que solamente la ganancia sería generada por la venta y no por la publicidad vendida.

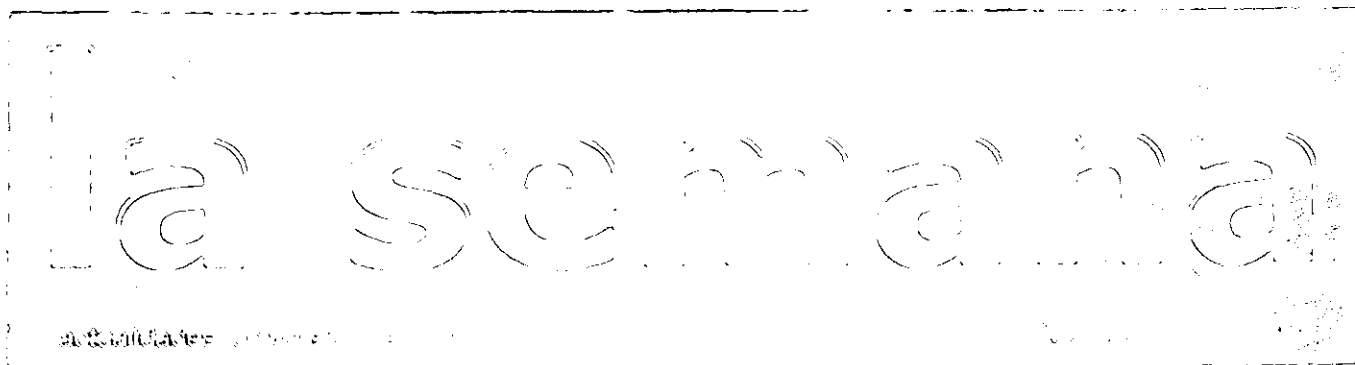
2.3.1. LOGO

Después de consultar y revisar varios nombres que pudieran ser tentativos para la revista se decidió que se llamaría "*Temas de la semana*", el diseñador Nelson Palomo Fuentes, presentó varios logos que fueran acordes con el título de la revista y que fuera algo ideal, sencillo, que no presentará problemas de producción, se diseñó un realce a lo no cotidiano pues no todas las revistas lo hacen, sugirió un volumen para diferenciar las ideas o escritos de los colaboradores y que existieran diferencias en cuanto a otras publicaciones ya que este tipo de revista no es común.

Uno de los criterios que generalmente se tomó en cuenta fue que después de tener la idea, se desarrolló con comunicación gráfica al estilo de grandes publicaciones europeas ya que la característica más significativa del nuevo diseño de revistas en Europa ha sido la introducción de un nuevo "desorden", y los criterios

culturales y editoriales de la producción experimentada en su forma composición y decoración de las páginas ya que "el diseño no es decoración ni distracción, sino parte de la tarea de la comunicación".¹³

EJEMPLOS DE LOS LOGOS DISEÑADOS PARA LA REVISTA



¹³ EVANS, Harold. Diseño y compaginación de la prensa diaria. Pág.13.

2.3.2. PORTADA

La portada debe ser en colores atractivos, con un tema fuerte anunciando en ella y quizá abajo, en cintillo, alguna otra información exclusiva. No debe ser recargada de textos y utilizar el contraste del material gráfico con el tema que anuncia, de tal forma que sea casi contraparte de la información. Y la mejor portada es la más memorable, es la que se graba de forma tan fuerte en la mente que no puede olvidarse.

El diseño de portadas se puede presentar de las siguientes maneras:

- * Portada de rostros: Un rostro vende revistas a través del autorreconocimiento o de la celebridad a la que se está presentando.
- * Portada basada en el texto: Con anuncio de texto del contenido de la revista.
- * Portada basada en elementos naturales: En donde los reinos vegetales y animales resultan atractivos para el lector.
- * Portada con elementos arquitectónicos y objetos materiales: Que van desde casas, iglesias, ciudades y edificios.
- * Portada con elementos surrealistas o imaginarios: Existen diversas formas de presentación que van desde lo exuberante hasta la imaginación de los diseñadores.

EJEMPLO DE PORTADAS



2.3.3. COMPOSICIÓN:

Para la composición de la revista se utiliza el programa Page Maker versión 6.5 para Mac, ya que integra en una sola hoja textos e imágenes. El proceso de producción periodística ha variado notablemente con el uso de la computadora que fue quien vino a revolucionar tanto en la redacción como en la composición de diseño y de impresión.

"El uso de sistemas electrónicos ha aumentado la velocidad en la elaboración de diarios y revistas y en la calidad de la impresión. También ha abierto las posibilidades a nuevas formas de producir y distribuir los impresos".¹⁴

La computadora es el instrumento de visualización interactiva y de diseño que ayuda tanto a la redacción como al diseño. Gracias a ella, se puede editar el texto y componer la distribución en la pantalla simultáneamente.

Se sugiere que se utilice una Apple Macintosh, ya que tiene fuentes digitales de alta resolución (es decir, se aprecia tal y como es una impresión sin deformación) y con su lenguaje fotográfico (Adobe PostScript).

Este lenguaje describe las páginas, la composición tipográfica e ilustraciones hechas con sus propios programas para salir por impresora láser y aunque es independiente de la salida saca a la resolución máxima del dispositivo de imprimir.

El sistema de composición mecánica en frío que se realiza por fotocomposición o composición fotográfica que proporciona los textos en película o papel fotográfico se compone de: lector óptico, unidad perforadora, teclado, computadora, pantalla correctora, unidad fotográfica, procesadora de revelado.

"Los últimos avances se producen a partir de la sustitución de la tipografía por el sistema de impresión en offset, que si bien no es más rápido simplifica el proceso".¹⁵

La composición digital reunifica la idea y su realización en un solo proceso: la escritura, la edición, el tipo de imágenes y el color. Y opera con base en un principio común. Imprimen letras y otros símbolos sobre papel o película al proyectar una luz a través de negativos de película.

¹⁴ MENÉNDEZ, Marcín Ana María/Toussaint Alcaraz, Florence. Prensa y nuevas tecnologías. Pág. 45

¹⁵ MENÉNDEZ, Op cit. Pág.48

*PREPrensa:

A partir de la Segunda Guerra Mundial se dio la demanda de los impresos de una forma mas fina y así es como surge el sistema para componer fotográficamente.

Esto se hace por medio de una fotocomponedora (filmadora o procesadora) está máquina fotografía y reduce automáticamente originales, y hasta puede permitir correcciones. La velocidad y los mandos electrónicos de estos y otros procesos impresionarían a cualquier ingeniero con las provechosas e impresionantes novedades que la automatización ha aportado a las actividades de impresión.

Como la tecnología día a día va cambiando probablemente después con la ayuda de la tecnología se supriman los pasos de formación, negativos y laminación y que desde la computadora se imprima directamente en la máquina.

*NEGATIVOS

Un negativo es toda reproducción o copia de un original que presenta tonos invertidos respecto a los del original. Es una placa o película fotográfica que contiene la imagen invertida, obtenida mediante exposición, revelado y fijado de la capa fotosensible que recubre la placa o película. Después se pasa a la procesadora que realiza todo el proceso de revelado como lo es el baño de paro, fijado, lavado y secado para que salga perfecto el negativo.

*FORMACIÓN DE LA REVISTA EN DOMI:

La formación de la revista se hace en una mesa bien iluminada y espaciosa, sobre la cual los formadores extienden una hoja usando reglas t, escuadras y con navajas forman el área de la pagina para su correcta posición de los negativos los cuales son protegidos por acetato que hacen la separación de los colores.

Cuando se producen folletos, revistas, libros u otras publicaciones, los impresores ordinariamente imprimen varias páginas en una sola hoja de papel y deben ser colocadas de tal forma que cuando ambos lados impresos estos podrán ser doblados y encuadernada con las páginas en la secuencia correcta.

Los pliegos se van formando dependiendo el domi y este es el apropiado para la formación de la revista puesto que es de 64 páginas dentro de las páginas se incluye que contiene en ellas y como se distribuye, para ello es necesario cuatro pliegos que en frente y vuelta dan el total de las páginas:

5 MENU	60 NOTICIAS	57 PUBLICIDAD	8 REPORTAJE
4 MENU	61 SUSCRIPCION	64 PUBLICIDAD	1 PORTADA

EDITORIAL 7	58 NOTICIAS	59 NOTICIAS	6 PUBLICIDA
2 PUBLICIDAD	63 PUBLICIDAD	62 PUBLICIDAD	3 PUBLICIDA

13 REPORTAJE	TEMA 52 ESPECIAL	49 CRONICA	16 POLITICA
12 REPORTAJE	TEMA 53 ESPECIAL	TEMA 56 ESPECIAL	9 REPORTAJE

15 POLITICA	50 CRONICA	TEMA 51 ESPECIAL	14 POLITICA
10 REPORTAJE	TEMA 55 ESPECIAL	TEMA 54 ESPECIAL	11 REPORTAJE

21 FINANZAS	44 MEDICINA	ESPECTACULOS 41	24 EDUCACION
20 FINANZAS	45 MEDICINA	SECCION LEGAL 48	17 POLITICA

23 FINANZAS	42 MEDICINA	ESPECTACULOS 43	22 FINANZA
18 POLITICA	47 MEDICINA	SECCION LEGAL 46	19 POLITICA

ARTICULOS 29	36 DEPORTES	ENTREVISTAS 33	32 ENTREVISTA
ARTICULOS 28	37 DEPORTES	ESPECTACULOS 40	25 EDUCACION

ENTREVISTAS 31	34 DEPORTES	ENTREVISTAS 35	30 ENTREVISTAS
26 EDUCACION	39 DEPORTES	ESPECTACULOS 38	27 CARICATURA

*LAMINACIÓN

Los negativos de película pasan a placas de metal sensibles a la luz y cada placa corresponde a un color, es decir, para la selección a color se requiere de 4 placas, una de cada color para que se mezclen los colores y finalmente se imprima.

2.3.4. IMÁGENES

El diseño de "*Temas de la Semana*" se basa en función de presentar un texto claro y legible profusamente ilustrado con imágenes y fotografías en su mayor parte, de una forma desahogada y agradable a la vista. El tamaño y las proporciones de la revista están diseñados con el fin de proporcionar campo libre a sus ilustraciones y texto, sin aglomeraciones que puedan ser cansadas para el lector.

Se utiliza el juego de las imágenes para que llame más la atención, se hace cambios en las cabezas y se recurre al juego de colores para el movimiento de las páginas. Además de que en el cintillo superior el logotipo es la clave para el reconocimiento de la publicación.

La fotografía es la columna vertebral de las revistas ilustradas, y su papel primario es el periodístico, debe colaborar con el texto del cual se está hablando y que se complementa con la composición en general de la revista, es una de las contribuciones más importantes al carácter de una revista ya que muestra identidad visual.

La supremacía de la fotografía en la ilustración de revistas reside, principalmente en sus propiedades de reproducción mecánica, que facilitan la rapidez de producción y el ajuste y homogeneidad de los elementos competitivos de la página.

La fotografía surge a partir de los años 30's, según el texto puede manipularse o adaptarse y ser procesada, retocada o montada y en cambio la ilustración es una forma más individualizada y subjetiva, su mensaje es indirecto y retórico. Así puede decirse que una imagen equivale a mil palabras, pues en ocasiones resulta más impactante que la redacción noticiosa.

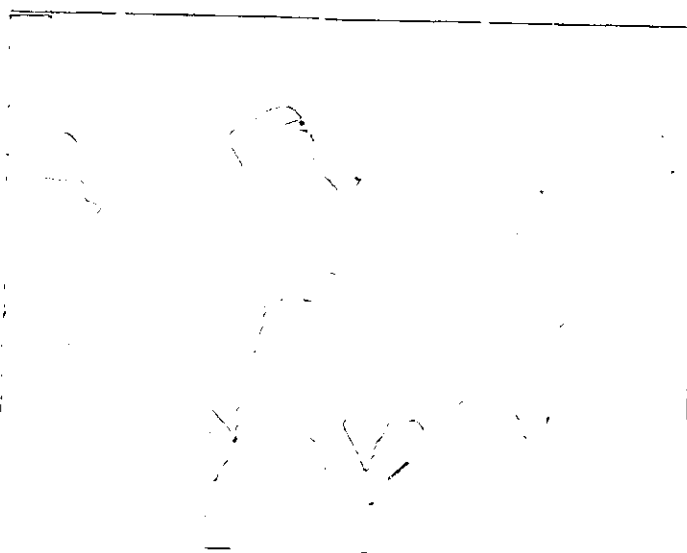
En ocasiones cuando se tienen las imágenes o ilustraciones solo se utiliza el escáner que es un aparato que las lee para convertirlas en información susceptible de ser grabada en la memoria de la máquina, que produce por medio de impulsos eléctricos material para reproducción y las coloca en la página reduciendo o

aumentando su tamaño, lo mismo hace con gráficas o cuadros, combina imágenes y adicionar módulos para la compaginación y obtención de páginas.

Para seleccionar las imágenes primero se lee la información con base a esto se solicitan las imágenes a la agencia fotográfica "Eikon" o se recurre a la búsqueda y se hace el diseño de la página. Se utilizan más recuadros como técnica para que no se lea poco la información y las imágenes no siempre dicen lo mismo que la nota: sólo hacen alusión.

Ahora la computadora ha hecho posible que una sola persona escriba los textos y los disponga en una página, añada imágenes escaneadas y las envíe por correo electrónico a la imprenta.

EJEMPLO DE IMÁGENES



2.3.5. FUENTES

La tipografía utilizada es la Times (para base de texto 10.5), Helvética (para los recuadros, interiores, pie de fotos, cabezas y balazos de 7, 9 y 18), también se utilizan las "llamadas" de aproximadamente 4 líneas para adentrar más al lector en la información (Times 14).

Una fuente está integrada por letras, números, signos de puntuación y otros símbolos que constituyen una rama de una familia en determinado tamaño. La tipografía es un medio para justificar un fin. Su función es auxiliar a la comunicación efectiva. La presentación tipográfica más prosaica será probablemente mejor recibida que un ardid y la distorsión tipográfica. Pero siempre habrá lugar para la frescura de estilo y presentación siempre y cuando no inhiba el claro intercambio de la comunicación y por lo tanto, de los significados.

Las fuentes que se utilizan para el diseño de la revista son las siguientes y se utilizan en varias clases y medidas con el objeto de poder contar con una buena cantidad de tipos y tamaños de letras:

-Balazo: Helvética 18 puntos versalitas, Recuadro: Helvética 18 puntos versalitas, Cabeza: Helvética Neve Bold Cond. 36 puntos o Cheltenham Bd Bt 48 puntos, Interiores: Helvética 9 puntos, Texto : Times 10.5 normal, Llamadas: Times 14 puntos normal cursiva, Pie de Fotos: Helvética 7 puntos cursiva, Recuadro: Helvética 9 puntos cursiva.

EJEMPLOS DE TIPOGRAFÍA

Epístola de
Melchor Ocampo

**DETENER A
LOS
DICTADORES**

La piel de los ultras

***Un elemento adicional al
atractivo que de suyo
tiene esta ópera de Mozart***

Según declaraciones de la fiscal internacional, Carla del Ponte, el Tribunal Penal Internacional es la solución para perseguir y detener a los genocidas,

2.3.6. IMPRESIÓN:

Desde 1450 ya se empezaba a imprimir en China con tipos sueltos fundidos en cobre, pero la invención de la imprenta se atribuye al alemán Johann Gutenberg ya que él perfeccionó los sistemas de su uso. Por aquella época se hacían las impresiones a partir de una plancha de madera en la que se grababan las letras en relieve se entintaba y se golpeaba con la mano, así se conseguía una impresión o estampación más o menos perfecta según la habilidad del operador es así como el desarrollo de la impresión promovió grandes cambios en Europa y en el mundo entero.

La impresión es el procedimiento de cuatricromía. La secuencia habitual para la impresión a colores es primero el color amarillo, rojo, azul y al último el negro. A dicho procedimiento se le denomina selección a color que al reunirse entre sí crean una infinidad de colores. La placa se monta en la máquina y se entintan los rodillos de cada color y cada una de las placas de color pega contra una cubierta de hule que golpea contra una hoja de papel en la misma área.

Para la impresión de la revista se necesita del proceso offset que copia las imágenes en el papel de manera más rápida y efectiva ya que tiene la capacidad para reproducir con calidad, se adapta a la computadora más rápido e imprime cualquier número de ejemplares de buena calidad.

Para crear una impresión se necesitan aparte del papel las tintas y una lista mas de productos necesarios como lo son: gasolina, thinner, petróleo, goma, solución para la fuente, revelador, entre otros, que permiten que una buena impresión salga sin problema alguno.

Para la impresión se requiere de tintas, papel y algunas sustancias más para tener una mejor impresión. Se necesitan diferentes clases de tintas para los diversos papeles, superficies de impresión y prensas, las hay de aceite o agua, la tinta de imprenta se hace de muchos colores, consistencias y composiciones diferentes para que responda exactamente a las necesidades de la prensa y de las clases de papel que vayan a imprimirse, la tinta se compra en tubos o latas y hasta botes de diversos tamaños.

Se tiene que contar con los ingredientes adecuados y una fabricación apropiada y buenas técnicas de control de la calidad para poder obtener una tinta de buena calidad. Las tintas utilizadas para la revista son de la marca Sunchemical o Sánchez, aunque también existe Colortec para una impresión más fina.

Pero sin una imprenta que realice trabajos de buena calidad, el empeño y dedicación que se tenga para una revista será en vano.

El papel es un componente esencial del diseño, de la misma manera que lo son la calidad de impresión, los contrastes y solidez de las tintas. La mayor parte del papel que usamos está hecho a base de una pasta de fibras de celulosa obtenida de troncos de árbol

El papel utilizado para imprimir tiene que escogerse teniendo en cuenta el procedimiento que se empleara en el trabajo de impresión. El papel más indicado para cualquier proyecto, no es necesariamente el más económico o más caro, es necesario que antes de comprarlo se asegure cuáles son sus necesidades. Si el trabajo es a selección a color se deberá seleccionar un papel blanco brillante que sea fácil de correr por la máquina. Si cuenta con mucho texto, lo indicado será un papel mate para evitar cansancio en la lectura. Y si se desea que el trabajo se conserve, deberá buscarse un papel alcalino que no se ponga amarillento o quebradizo con el tiempo, y el tamaño del papel en este caso por la manera de cómo se compone es de 61 x 90 cms.

El precio casi siempre va de la mano con la calidad; los costos de fabricación de los insumos y procesos para papel fino son los más altos, lo principal en la selección de papeles es que al consumidor final le agrade la impresión, y que al impresor le guste cómo corre por la máquina y recibe la tinta y así evitar desperdicios.

Factores que influyen en la selección de que papel usar:

- 1.-Apariencia y tacto agradable
- 2.-Calidad
- 3.-Desempeño en la prensa
- 4.-Precio
- 5.-Contenido reciclable
- 6.-Marca

Otro aspecto importante a resaltar es la función del color en la impresión ya que principalmente es para llamar la atención, producir efectos psicológicos y retener la atención de lo presentado.

2.3.7. ENCUADERNACIÓN:

Tradicionalmente el departamento de encuadernación o terminado ha sido el final del proceso gráfico, el sitio donde llegan todas las hojas impresas para plegarlas

en cuadernillos y mediante varios procesos complejos convertirlas en un libro o una revista

Las revistas de mas de 8 páginas, no se imprimen de dos en dos páginas, sino sobre pliegos de papel de gran tamaño, la mitad de las páginas en un lado y la mitad restante en la otra cara, luego se les va dando dobleces a las hojas hasta dejar el pliego en el formato preciso. Para cortar y refinar el papel a las medidas requeridas los impresores disponen de unas máquinas llamadas guillotinas que cortan las hojas con un solo golpe de la cuchilla.

Este proceso en la actualidad cuenta con la tecnología, equipos y capacidad para manejar las más altas exigencias. Pero lo más interesante es que cada vez se está teniendo mas en cuenta el proceso de planeación de la encuadernación y de la terminación.

2.4.- CONTENIDO DE LA REVISTA “TEMAS DE LA SEMANA”

El contenido es fundamentalmente lo que está expresando, directa o indirectamente. La revista debe satisfacer las exigencias de un público que quiere saber y que pide tanto la instantaneidad como la exactitud.

Las cabezas deben ser atractivas, claras y de preferencia un solo piso, que pueda abarcar las dos páginas de la presentación o inicio del reportaje. Se complementarán con cintillos, balazos y/o bajadas. En casos especiales un sumario.

VIVIENDA MISERIA DE SEXENIOS

E I

muerto

2.4.1.- Pasos para crear una revista:

PASOS PARA CREAR UNA REVISTA EN SU CONTENIDO EDITORIAL

*Primeramente se tiene la concepción de la idea, *Se escoge el material y/o la información del tema, *Se analiza y se revisa la información que puede ser sobre interés general, sobre medio ambiente, acontecimientos recientes, problemas, etc. y si existen huecos de información se rellenan, *Se captura, *Corregir la ortografía y el estilo (aquí se hacen cambios de idea o de texto), *Se buscan las imágenes, *Se edita y se forma la pagina, *Corrige el jefe de redacción y el de información

2.4.2.- Géneros periodísticos que contiene la revista:

A continuación se detalla el contenido de la revista "*Temas de la semana*" la cual contiene secciones fijas, en ella se encuentran reportajes, crónicas, entrevistas, artículos de opinión y de análisis, información de interés general, deportes, política, vida social, cartón, publicidad, editorial, sección de noticias de la semana entre otras.

*LÍNEA EDITORIAL: Es el género mediante el cual una publicación da a conocer sus puntos de vista sobre un acontecimiento de interés actual. La línea editorial de la revista es contundente, afirmativa, penetrante, ágil, y trata de hacer un análisis en la investigación. Su compromiso es con la verdad y es el punto de vista de la empresa.

ENTRE SEMANA

Conquistar lectores es un reto para quienes se aventuran en el universo informativo con una nueva publicación, y *la semana* lo asume con el pleno convencimiento de poder ofrecer un concepto renovador dentro de la larga sucesión de revistas y periódicos existentes.

Al influjo del cambio de guarismos en el calendario que ponen fin al segundo milenio y al siglo, *la semana* surge a la luz, justo en los momentos en que México enfrenta escenarios inciertos, en donde la rapacidad, el protagonismo y las falsedades de los políticos sólo prometen cambios indefinidos. *la semana* aparece ante un ambiente de amarillismo sangriento, unido a frivolidad y banalidad en todos los ámbitos, en una mezcla en que se unen política, finanzas, deportes, espectáculos y sociedad.

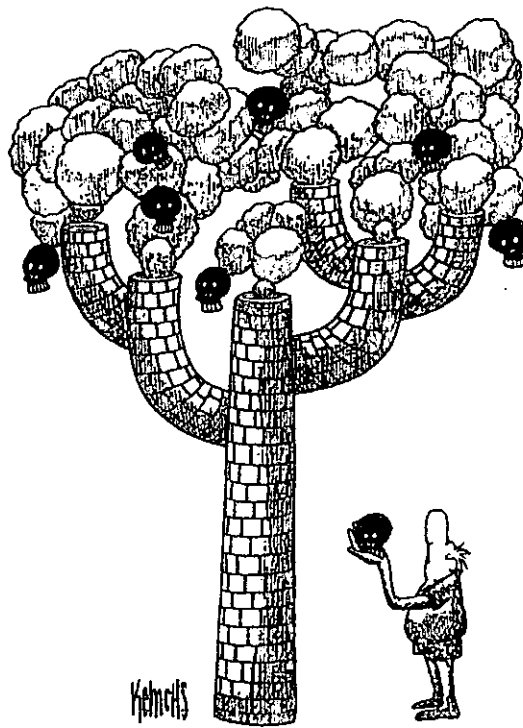
Hace falta una bandera limpia, porque periodismo es vida y todo aquello que se externa a voz en cuello, porque enerva profundamente, subleva hasta morder los labios con rabia, el engaño y la simulación cotidianos. Precisamente el periodismo es ese brusco oleaje de sangre que sube hasta la garganta y se convierte en nudo y en lágrimas de Hombre.

Por esas y no por otras razones, *la semana* permanecerá en el lugar escogido. En la trinchera ganada.

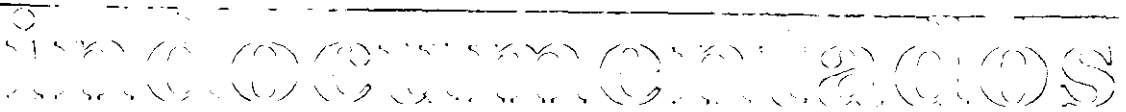
*MENÚ: El contenido de la revista es presentado en su índice con paisajes que recrean un ambiente de frescura e imaginación.



*CARICATURAS (CARTÓN): Se encuentra dentro de las páginas de la revista, es un arma formidable de impacto, muestra lo desconocido, lo negativo del gobierno y surge como forma expresiva de la realidad que vivimos.



*NOTICIAS: Es cualquier acontecimiento que sea de interés general, es la materia prima del periodismo.



Grupo élite del SIN contra

Javier Castillo T.

Al mismo tiempo que las autoridades policiacas de los Estados Unidos persiguen a los narcotraficantes, en una guerra que sólo encuentra culpables y víctimas de este lado, se inició lo que se considera el otro gran tráfico ilegal. El humano, el de hombres y mujeres que invaden secreta y calladamente el territorio yanqui, en busca de empleo y mejores oportunidades de vida.

Así el Servicio de Inmigración y Naturalización de Estados Unidos (SIN), infiltra y combate a las bandas de "polleros", responsables de "pasar al otro lado" a miles de mexicanos, salvadoreños, guatemaltecos, nicaragüenses y de otras partes de América Latina, que buscan el "American way of life".

Por lo pronto, tiene poco más de dos años que el SIN, forma una fuerza de tarea o escuadrón de infiltrados, que se encarga de ingresar, investigar y detectar a las bandas de "polleros".

Se estima que son cerca de una veintena de agentes encubiertos, todos de origen mexicano o "hispano", la mayoría resultado de un ingreso ilegal o descendientes de ilegales, que tienen ya naturalización norteamericana, que forman ese grupo especial.

Tiene características muy especiales, que les permiten pasar por mexicanos, lo que hace sospechar que la mayoría fueron reclutados entre grupos de inmigrantes. Hablan español sin acento, conocen los modismos, geografía y hasta tienen familiares en México.

Entran ilegalmente, como turistas a México, y después de internarse hacia determinados puntos del país, para contar con documentos, boletos, ropa, maletas y otros, viajan a las ciudades fronterizas de cruce, se unen a grupos de mexicanos que desean in-

dos, detectan al "pollero" que los guiará y así recorren el mismo camino que miles de indocumentados.

Pero los altos jefes del SIN que crearon este programa de infiltración, no tomaron en cuenta que sus agentes no sólo estarían infiltrados, sino que se convirtieron en víctimas de las fuerzas del SIN y de la Patrulla Fronteriza, además de las extorsiones, golpes, amenazas y extorsiones de los policías mexicanos. El resultado es que poco tiempo después, la fuerza de tarea e infiltración sufrió la persecución de los indocumentados por parte de sus colegas policías, además de las recientes amenazas de muerte, por los

granjeros y propietarios de ranchos de Arizona y Texas, que tienen como deporte el tirar al blanco en contra de los ilegales o perseguirlos, capturarlos y golpearlos antes de entregarlos a las autoridades del SIN.

Hasta el momento oficialmente no se informa de los éxitos, fracasos y daños que sufrieron los veinte agentes del grupo de élite del SIN.

Tampoco se informa sobre los datos recabados para combatir a las bandas de "polleros", ni de las rutas de ingreso, escape, puntos de reunión y cuánto cobran por indocumentado.

Otro de los objetivos era detectar las complicidades de autoridades policiacas estadounidenses que apoyan y protegen a los traficantes de ilegales.

También se ignora cuántos de los agentes infiltrados fallecieron en las cacerías o en las marchas a través del desierto o en el cruce del Río Bravo. Otro peligro que pudo afectarlos, es que fueran descubiertos por las bandas de traficantes de seres humanos. Esa es una mafia tan peligrosa y vengativa como la de los 40

*ARTÍCULOS: Son temas recientes, actuales y de interés que siempre conllevan una investigación y defienden su postura, tienen estilo propio ya que "el estilo del artículo es el estilo del articulista" y por lo regular hacen referencia a una noticia con un análisis sencillo, breve y natural en donde se exponen opiniones y juicios. Su objetivo fundamental es exponer ideas personales del autor sobre los hechos.

Síntomas negativos de una crisis económica

El analista y periodista Yuri Serbolov, somete a su lupa, las posibilidades reales de una crisis de fin de sexenio. Desde luego se refiere a la economía, que como es lógico se refleja en los otros aspectos nacionales, como son: el político, social y moral.

Yuri Serbolov

1. Desde mayo no se paró la entrada de capital financiero externo.

2. Las tasas de interés reales en 1999 son las más altas de todo el sexenio, indican el alto riesgo del país. Se está pagando 13% de interés real, lo cual es una locura. Si la economía estuviera tan bien no se tendría que pagar ese sobrepremio.

3. El blindaje financiero sólo alcanza para cubrir los vencimientos de la deuda externa pública, no hay blindaje para la deuda privada.

4. El rescate bancario no evitará la quiebra de la banca, la cual seguirá dando dolores de cabeza en los próximos años.

5. Tenemos ya un nivel de sobrevaluación del peso que

algunos estiman entre 20 y 30%.

6. El riesgo de que en octubre los mercados financieros se deprimen tradicionalmente al iniciar el otoño y eso puede combinarse con un nuevo incremento de las tasas de interés en EU.

7. La recuperación de Japón va a disputar capitales escasos en los mercados internacionales hacia México, igualmente Brasil le está robando capitales a nuestro país.

8. La economía de Estados Unidos está ya en la última etapa de su ciclo expansivo y podría iniciar una desaceleración,

relacionada con la sucesión presidencial en EU.

9. La bolsa de EU está supercaliente y podría tener un ajuste en cualquier momento, especialmente porque muchos consideran que los precios de las acciones de las empresas de alta tecnología o vinculadas a los negocios de Internet están sobrevaloradas.

10. El nivel de sobreendeudamientos de los agentes económico en EU. Su nivel de deuda es el más alto de la historia y rebasa el 22% de su PIB.

11. El déficit de la cuenta corriente de la balanza de pa-



*ENTREVISTAS: Son de información en general, y son conversaciones periodísticas que pueden ser de personalidad, de semblanza, de alguna rueda de prensa o sobre alguna noticia, cada reportero tiene su modo o estilo de escribirla.

«El indio es libre para morirse de

El profesor Fernando Benítez nació el 16 de enero de 1910 y murió el 21 de febrero del 2000, luego de crear una corriente única en los ámbitos del periodismo y de la literatura nacional, además de aportar conocimientos profundos sobre el indigenismo del país. En esta entrevista se refleja su pensamiento en torno a un tópico que fue pasión y razón de vida para un personaje que fue eje indiscutible de la cultura mexicana del siglo XX.

Luis Alberto García

Fernando Benítez hace de su obra una denuncia contra los atropellos e injusticias de varios millones de compatriotas que, en silencio, sobreviven en condiciones infrahumanas. Sus libros reflejan el subdesarrollo y la explotación de aquellos que se mantienen al margen del tiempo y dentro de una espantosa realidad de miseria e ignominia. En las investigaciones y la literatura social de Benítez, se siente la magia descriptiva que nos lleva a la alta Tarahumara: a Viricote, el sitio sagrado de los huicholes en la soledad noma-

tua del desierto potosino, o a Acú, páramo de infierno y muerte en el horizonte de espigas que son los campos henequeneros de la península de Yucatán. Su obra completa abarca «Los primeros mexicanos». «Los indios de México», «Los hongos alucinantes», «Kí, el drama de un pueblo y de una planta», «El rey viejo», «El agua envenenada», «La ruta de Hernán Cortés», «La ruta de la libertad», «Viaje al centro de México» y la trilogía «Cárdenas y la Revolución Mexicana», además fundó suplementos culturales, en la revista «Siempre» y en los diarios «El Nacional», «Novedades», «Anomáquina» y «La Jornada».

*REPORTAJES: Es el género mayor del periodismo y el más completo de todos. Por lo general describen investigaciones que en ocasiones reúne noticias y entrevistas, pueden ser narrativos, descriptivos, de entretenimiento, demostrativos o especializados y profundizan en las causas de los hechos. Se utilizan cabezas intermedias para captar la atención del lector.

LA TREVI

Frankenstein

del TV ecobismo

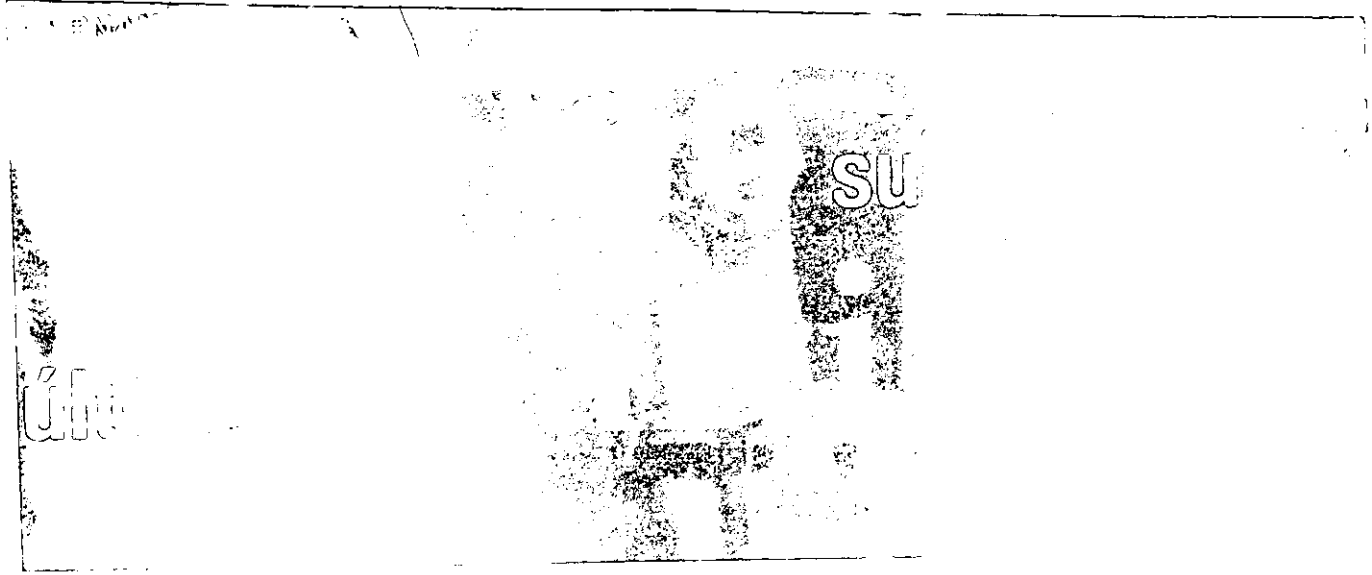
Julio Pérez de León Sala

Lescándalo Trevi «sol-tará» el pelo a Medusa y petrifica a más de uno al revelar el corrompido «star system» mexicano, que en los días iniciales de Gloria de los Angeles Treviño, eran, precisamente, los tiempos de mayor fortaleza del «Tigre» Emilio Azcárraga al frente de Televisión Vía Satélite, S.A., (Televisa) en los cuales, Sergio Andrade era directivo de la XEW, sólo una pieza más de la maquinaria que produce estrellas

y que ahora muestra «los zapatos viejos» de la descomposición social dentro del mundo del espectáculo. Beneficiada por la televisora que la «descubrió», la hizo «y la pulió, Gloria Trevi enfrenta el revés de la moneda, y sin embargo, aún así es provechosa para Televisa, así como para TV Azteca, tanto que sus principales noticiarios se convirtieron en «trevilon-gos», además de armar programas especiales. Esos espacios al aire producen importantes sumas a las televisoras a través de contratos especiales de publicidad.

La imagen fabricada para la intérprete así como sus canciones provocaron frecuentes reacciones de los diversos sectores de la sociedad, desde los moralistas y puritanos, incluido el alto Clero, intelectuales y futbolistas. Con el fin de convertir a la Trevi en la Diana de las adolescentes mexicanas. En el exceso, en 1994 Trevi se pronunció por ser aspirante a la Presidencia de la República.

***CRÓNICAS:** Es la narración de acontecimientos en un tiempo determinado junto con comentarios de la persona que los escribe y pueden ser informativas, opinativas e interpretativas.



Erika Monroy Gutiérrez

a muerte de Fernando Benítez empobreció a la cultura del país. A los 88 años, enfermo y lúcido, falleció el 21 de febrero para cerrar así la última cuartilla de su fructífera y descubridora existencia.

Es el maestro Benítez responsable de la presencia de muchos de los creadores literarios, artísticos y periodísticos de diferentes periodos.

No sólo fue guía y encausador, sino el propio Fernando Benítez, con la humildad y sencillez característica de los hombres valiosos. Aportó importantes obras literarias entre las que destaca "Los indios de México", que rescata el mundo indígena para la vida nacional. Cuatro tomos que observan la raíz de la mexicanidad con ojos de periodista y no de antropólogo estudioso.

"Los indios son los úni-

cos de la segunda mitad del siglo XX y que son ahora los responsables del paso hacia la generación creativa inmediata.

Dura responsabilidad haber marcado el camino para genios como José Emilio Pacheco, Carlos Monsiváis, Vicente Rojo, Carlos Fuentes, Elena Poniatowska, Jorge Ibargüengoitia, Emmanuel Carballo, Juan García Ponce y un sinfín de creadores más impulsados desde los suplementos culturales que creó en di-

cos demócratas que existen en el país. Comienzan como to-piles y los nombran gobernadores por haber servido al pueblo gratuitamente. Sin embargo ésta democracia es la única que no figura en la Constitución".

Sobre su responsabilidad como innovador e impulsor de la cultura, don Fernando fue parcamente sencillo: "mi único mérito, si es que lo tengo, es reconocer el talento de otros...". ☐

1934 Trabajó en la publicación de Revista de Revistas por dos años.

1936 Editor del periódico "El Nacional" en donde tuvo acceso a la prensa extranjera y decide crear un suplemento cultural.

1947-48 Director de "El Nacional" crea Revista Mexicana de Cultura.

1962-1972 Trabajó en diferentes publicaciones como Siempre, Unomasuno, Novedades.

1988 Socio fundador de La Jornada, y director de la Jornada Semanal.

1991-1994 Embajador de la República Mexicana.

Lleva su nombre el premio de periodismo cultural que otorga la Feria Internacional de Libro en Guadalajara desde 1992.

También incursionó en la radio y la TV en el Canal 22.

*DEPORTES: En esta sección se presenta lo más sobresaliente del mundo de los deportes, presentando a los distintos individuos que conforman el espectáculo.

La «Pumomanía» y el viaje a la Copa USA

Luis Alberto García

«He dejado claro que, si a futuro quieren tomarme en cuenta como director técnico de la Selección, los dirigentes tienen que hacer las cosas bien, y si no, que ni me llamen, porque no voy a aceptar. Que no cuenten con mi colaboración nunca más», afirmó Hugo Sánchez Márquez al regresar de Estados Unidos, donde participó en la «Copa USA» con el equipo de Pumas más algunos refuerzos, y que perdió ante el anfitrión, por 3 goles a 0.

El estratega universitario indicó que las armas que llevaron por lo menos les permitieron salir con vida: «No regresamos como héroes, pero sí con la dignidad y el orgullo de haber cumplido.

Me quedo con buen sabor de boca por la garra y el carácter que mostraron mis jugadores. Desde luego, no estoy del todo contento, porque no ganamos».

«Lo aprendido fue muy valioso, tanto para Pumas -la «Pumomanía» trascendió a nivel internacional- como para mí; pero quisiera que se repita una salida como esta, por la imagen y el mal precedente».

Reveló que en la Federación de Fútbol de Estados Unidos están dolidos y preparan represalias hacia México por la Selección que envió.

Tras mostrarse orgulloso

do por su equipo, el cual tuvo que sortear todo tipo de adversidades, el «Pentapichichi» ex madrileño afirmó que fue importante ayudar a la Federación Mexicana de Fútbol (FMF) para salir adelante con el compromiso; pero aclaró que de ninguna manera volverá a intervenir en otra situación similar porque la falta de planeación es injustificable, a tal grado que ni la ropa llevaban al viaje, y

secuencias negativas con «calma, orden y nos amanecemos».

Y añadió:

«Colaboré y ayudé, pero a partir de ahora voy a ser el primero en señalar que, cuando las cosas no se estén haciendo bien, espero y deseo que cada quien haga su trabajo».

«Hay que ver la manera de que no se hable mal del fútbol mexicano, pero lo que sí me da impotencia es defender cosas indefendibles, y no me gustaría que eso volviera a pasar porque no hay justificación».

Hugo llegó con ganas de desahogarse, después de la vergüenza sufrida en el torneo estadounidense donde sus Pumas, reforzados, terminaron en

tercer lugar.

El director técnico titular de la Selección Nacional, Manuel Lapuente, considera que la actuación de ese combinado sea un fracaso: «Si ustedes lo quieren llamar así, la palabra fracaso no nos espanta, por el contrario, hay mucho que aprender de ello», y se mostró convencido de que, en las próximas eliminatorias -entre julio y noviembre próximos- para el Campeonato Mundial del 2002 en Corea del Sur y Japón, se levantará el nivel del balompié nacional y con ello se borrarán los sufrimientos del primer semestre del año. □

que Luis Hernández sólo participó, en préstamo, en uno de los tres juegos pactados.

«A mí me da vergüenza tener que dar la cara para justificar situaciones que no tengo porque estar justificando y ofreciendo disculpas que no me corresponden. El ingeniero Javier Jiménez Espriú, vicepresidente de los Pumas, las estuvo haciendo; Hugo Enrique Kiese, presidente de la Comisión de Selecciones Nacional, también, pero no hay disculpas que valgan.

Las cosas hay que hacer-



P
U
M
A
S

P
U
M
A
S

Yo sí rompí con Salinas: Camacho

**Salvador Arizmendi
Gutiérrez**

Si vivimos una política excluyente, sin respeto a las garantías individuales. La economía no termina de arreglarse mientras que la autoridad no es imparcial, es fasciosa.

Habla uno de los políticos que prometen resistencia, que sueña, dice, con la construcción de una alianza opositora: Manuel Camacho Solís.

“Yo podría tener puestos políticos, hasta en este gobierno, pero no es ese mi objetivo en la política. Mi meta es lograr resultados y esos son los resultados que ya no proporciona este sistema, ni puede dar el PRI. Por eso me salí del sistema y del PRI”.

La trinchera, ahora, para Manuel Camacho está en la colonia Del Valle; las entrañas del Partido del Centro Democrático. Desde su oficina, ati-



borrada de libros, lanza el reto.

“Construir una nueva República, construir un estado de Derecho, darle otro énfasis a la economía, tener a la educación como prioridad nacional, enfrentar el problema de la inseguridad y de la justicia no con más rifles y con más patrullas, sino fortaleciendo las bases morales y legales de la autoridad”.

Ahora Camacho trabaja en lo que él considera la defensa de su ideología política. El PCD tiene apenas un año de vida y nació, dice, contra la

voluntad del gobierno y con un mínimo de recursos económicos.

“La gente ya no quiere que haya nivel de exclusión, de imposición, de falta de respeto a la política, de engaños; por eso muchos priistas en el fondo coinciden más con posiciones como la nuestra, independientemente de los apellidos, a posiciones como las que sostiene el propio Presidente”.



*ESPECTÁCULOS: Aquí se presenta lo más novedoso de los espectáculos, del arte y la cultura mexicana en sus distintos ámbitos.

años de



Félix Luis Viera

Durante el año 2000 se realizarán en todo el mundo diversos homenajes para conmemorar dos siglos y medio de la desaparición física del gran músico alemán Johann Sebastian Bach. Conciertos, especiales, foros, recitales e infinidad de grabaciones preparadas para honrar la memoria de quien, otro grande, el poeta Dylan Thomas, calificó como "el genial y poderoso Bach".

Nacido en la pobreza el 21 de marzo de 1685 en la localidad alemana de Eisenach, Bach formó parte de una familia de músicos de por lo menos cuatro generaciones. Quién más influencia ejerció en él fue su tío Johann Christoph, un destacado compositor que lo guió en el conocimiento del órgano, a la vez que el padre lo adiestró en la ejecución del violín y la viola.

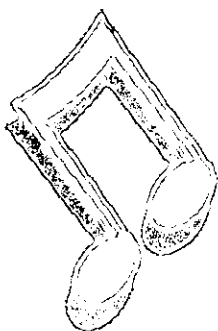
Huérfano desde los 10 años, Bach se trasladó a Ohrdruf en 1625, donde su hermano mayor trabajaba como organista. Estudió en el Lyceum de esta ciudad, además formó parte del coro y se destacó por su hermosa voz blanca, lo que le permitió ayudar económicamente a su hermano que tiene la responsabilidad de mantener a la familia.

Miembro de la iglesia luterana, caracterizada por un profundo vínculo con la lengua

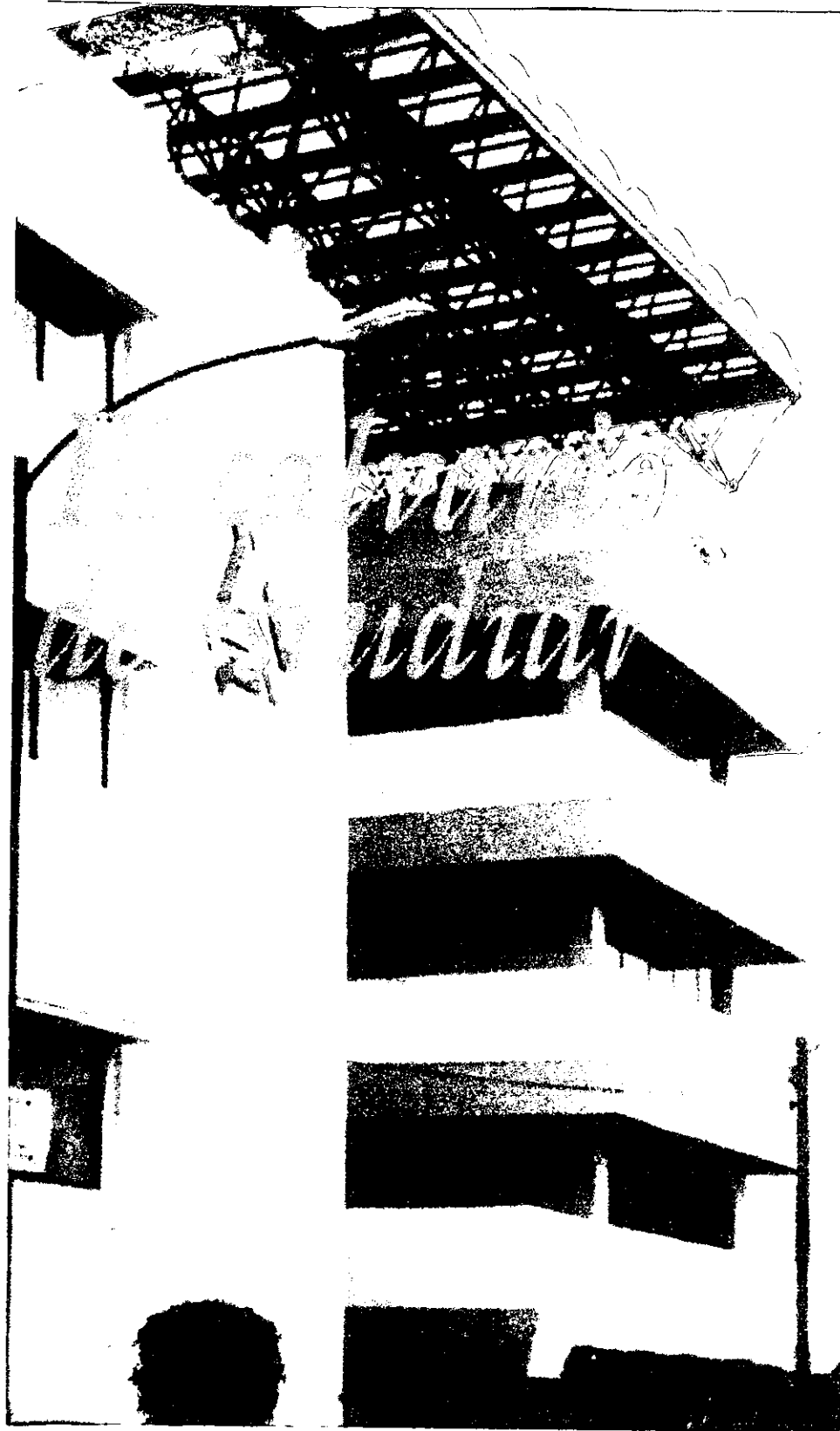
alemana y la música folclórica, así como por una actitud puritana y autoritaria con sus adeptos, Johann Sebastian, en 1700 ganó reputación suficiente para ingresar en el selecto coro del Colegio de San Miguel, en Luxemburgo. Poco tiempo después se trasladó a Lunerbug, donde formó parte del coro *Los Maitines*, además de trabajar como organista de su tío Johann Christoph, muerto durante la estancia de su sobriño en ese lugar.

Johann Sebastian solicitó la plaza de su tío, pero no se le concedió. Por tal razón se cambió a Weimar, ciudad considerada uno de los centros musicales más prestigiosos de la época, para obtener su primer trabajo profesional a los 18 años de edad. Ese trabajo en Weimar fue considerado como una labor burocrática, pues según consta en la ficha de dos pagos que se conservan en la actualidad fueron entregados al "lacayo" Bach, como se denominaba entonces a los empleados de la burocracia.

Durante su estancia en Weimar, donde trabajó en la capilla y el teatro musical, Bach compuso dos importantes obras de juventud y que aún interpretan frecuentemente "Tocata y fuga en re menor" y "Capriccio".



***EDUCACIÓN Y UNIVERSITARIOS:** Está sección es un espacio abierto a los jóvenes en donde expresan sus opiniones.



**Gerardo Octavio Vela
y del Río**

Con las 3:45 de la tarde; Chispas, ya y todavía metido en este tráfico infernal!, en un descuido ya no llego a mi primera clase. Se decía Luis Antonio, estudiante universitario de 6º semestre de la carrera de Derecho, de una prestigiosa universidad privada de la ciudad de México.

Dándose un poco de consuelo, se confortó al recordar que la primera clase, se la pasa bostezando, por lo incómodo que se siente después de comer algunos tacos en cualquier puesto, comidos a toda prisa y sin saborear, pero así es la sufrida vida del pasante, y lo peor se le pasó revisar el expediente que el licenciado Pérez, su jefe, le pidió hiciera muy temprano por la mañana.

Una vez en el Campus Universitario, Luis Antonio triunfante dice: "por fin llegué -apenas son las 4:50 P.M.- y el engreído del maestro, por llegar tantito tarde no me dejó entrar a clase ¿qué le pasa a ese cretino, que no comprende que nosotros los estudiantes tenemos el derecho de llegar tarde a la clase?, ¡no lo entiendo!,

*MEDICINA Y AMBIENTE: Presenta los problemas médicos, ambientalismo y ecología de nuestro país y temas de sexología que se abordan con temática para los jóvenes.

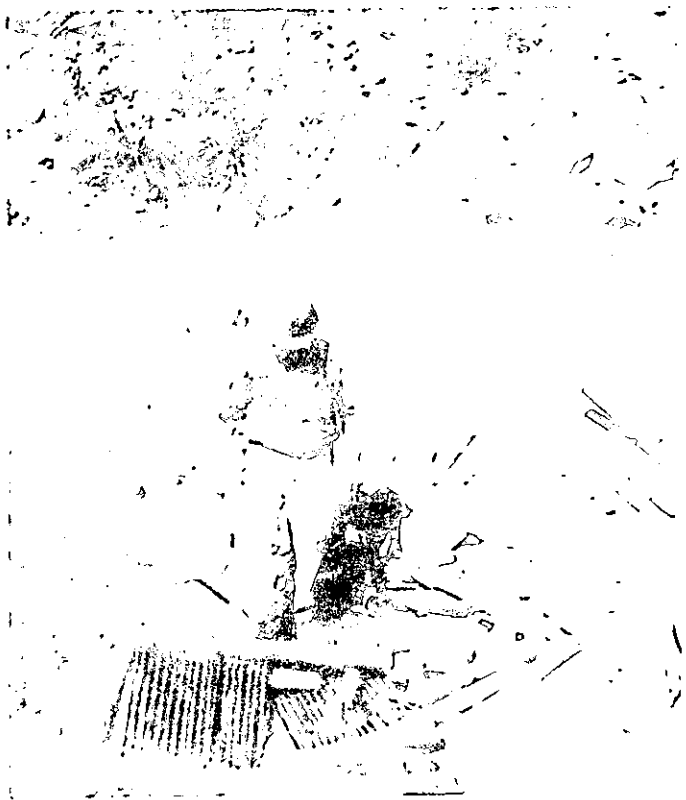
Contrastes en el

SEÑALA PROFEPA

Lo que se debe hacer es entrar en cada industria o empresa y ver en cuál de sus obligaciones cumple y a que nivel

¿cómo controla?

Industrial



a mayoría de las industrias o empresas que influyen negativamente sobre el medio ambiente violan en algún aspecto la legislación ambiental, al mismo tiempo que cumplen en otros.

Difícil definición hecha por el Procurador Federal de Protección al Ambiente, Antonio Azuela de la Cueva, al resumir los logros alcanzados en 1999 sobre el control ambiental de los factores de contaminación ambiental emitidos por las 30 mil industrias que son vigiladas directamente por la PROFEPA.

Se ejerce la vigilancia del sector industrial, explicó Azuela de la Cueva, mediante las auditorías ambientales, superadas ahora por los «Índices de Cumplimientos de Normativi-

dad Ambiental». (ICNAs), que permiten conocer con detalle las violaciones a la legalidad ambiental, que son más exigentes en México en comparación con otros países del mundo.

Los ICNAs se aplican en todo el país desde enero de 1999, después de que el plan piloto se implantó en agosto de 1996 en la zona Metropolitana de la Ciudad de México. Cada industria es evaluada en función de las obligaciones ambientales que le corresponden y deben aplicarse.

«No podemos dividirlos en las que cumplen y en las que no cumplen. Lo que se debe hacer es entrar en cada industria o empresa y ver en cuál de sus obligaciones cumple y a que nivel», según la definición dada por el procurador ambiental.

***SECCIÓN LEGAL:** Analiza las diferentes violaciones de derechos humanos y podría ser la nota roja de la revista.

REGISTRO NACIONAL DE VEHÍCULOS

Paleativo ante el

ROBO DE AUTOMÓVILES



Fernando Aguilar



ambulan por la ciudad, armados y con escoltas. En las entradas

del Periférico y cruceros importantes, con rapidez y experiencia cronométrica despojan diariamente a decenas de ciudadanos de sus automóviles.

Son la alta delincuencia, violenta y sanguinaria, especializada en robar vehículos. Mafias que se integraron, especializaron y actúan impunemente a partir del decreto que extinguió de un plumazo presidencial, el Registro Federal de Automóviles.

A partir de ese momento, en 1989 creció inusitada y alarmantemente lo que se considera la segunda actividad más rentable, después del narcotráfico. El robo y venta internacional de automóviles. Se llegó a índices espeluznantes. Cada día durante 1998 fueron hurtados, con violencia y sin ella 180 vehículos.

*TEMAS ESPECIALES: Aquí se aborda desde distintos puntos de vista de los periodistas y podrían ser temas de cualquier índole que la empresa sugiera realizar.

TV AZTECA ATACA CON LA FUERZA OSCURA

El mar corrupto del Ajusco

Felipe Delgadillo
Universidad La Salle

En la batalla que desde diciembre de 1997 el gobierno del Distrito Federal sostiene con los medios de comunicación se recrudeció a raíz de que la Procuraduría capitalina inició los trámites para el juicio político de Oscar Espinosa Villarreal, ex regente capitalino y actual secretario de Turismo.

El nuevo linchamiento en contra del gobierno del Distrito Federal es encabezado por TV Azteca, que a raíz del asesinato de Francisco Stanley atacó a las cabezas del mencionado gobierno al culparlo del crimen y exigir renuncias; pero el ataque cobró más fuerza porque como resultado de las investigaciones, que mostraron que varios funcionarios de TV Azteca están involucrados en la ejecución del comediante locutor, por lo que incluso se pidió la presentación del dueño Ricardo Salinas Pliego que obviamente evadió en lo posible a los juzgados, que cuando solía hacerlo cuando se trató de litigar contra periodistas ajenos a la televisora, pero tuvo que declarar durante más de 18 horas.

La respuesta de TV Azteca fue orquestada por la conductora Lilly Téllez que atacó

al procurador capitalino Samuel del Villar, acusándolo de manipular las investigaciones del caso Stanley. Una vez que el procurador se negó a dar la amañada entrevista a la reportera que dispuso a sus «guardas» para que vigilaran día y noche la casa de Samuel del Villar para realizarle una entrevista en cualquier momento.

La historia culminó un domingo por la noche, con un espectáculo marcado por la actitud prepotente de la conductora escudada en un micrófono y una cámara para exhibir a los funcionarios de la procuraduría y presentar a Lilly Téllez como una víctima del gobierno perredista.

El problema es que no representa un trabajo periodístico serio y profesional sino los nexos ocultos que tiene TV Azteca con el Gobierno Federal como lo muestra que la conductora Lilly Téllez sea protegida por una escolta de la PGR.

Se supone que dicha protección está destinada sólo para los funcionarios públicos federales, lo que no es Lilly Téllez, que como persona particular goza de beneficios pagados con dinero público.

De ser cierto que la es-

colta que cuida a Lilly Téllez se debe a que fue amenazada por las investigaciones que realizó sobre narcotráfico, debe mostrar la denuncia ante el Ministerio Público de las supuestas amenazas recibidas. Además que la conductora tiene como vehículo de uso personal un automóvil del gobierno de Sonora. Lo cierto es que la sospecha de que no se trata de una labor informativa sino de nexos de corrupción en un medio televisivo.


FOTO: SEBASTIAN SOSA/EIKON



*FINANZAS E INDUSTRIA: Se integra información legible y sencilla utilizando un lenguaje coloquial para que pueda ser comprendida por los sectores de la población y conozca los avances industriales y el reflejo de la economía mexicana.

Terrorismo FISCAL

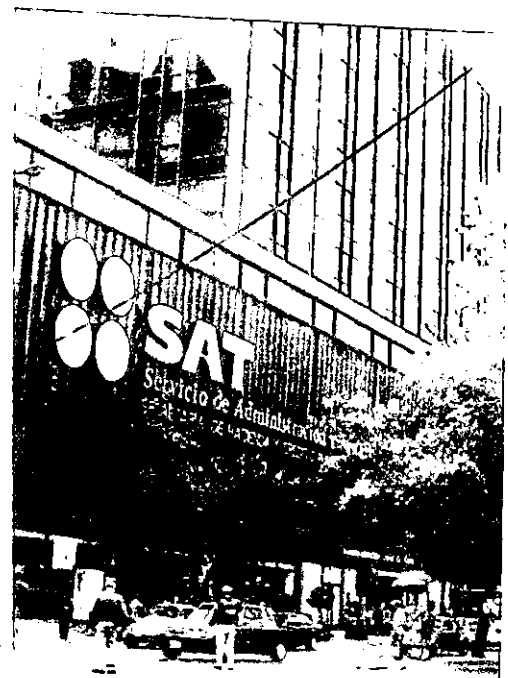
Guadalupe Ramos

 a persecución comenzó en 1996, "el año de la cobranza". La Secretaría de Hacienda y Crédito Público demostró que perdió el control para imponer con errores la ley de recaudación fiscal. Fue el camino fácil, aunque no lo más razonado y sí lo más injusto. Terrorismo fiscal y abuso de poder que mantienen en la quiebra a miles de empresas de todos niveles y despojó de su patrimonio a un sinnúmero de empresarios.

Y fue lo que propició la dependencia a todos los contribuyentes que no pudieron pagar sus impuestos mediante los programas de apoyo a deudores iniciados a partir de 1993, muchos de los cuales incrementaron hasta 100 veces el adeudo al acatarse al PROAFI, no obstante que fueron pagados oportunamente, por lo que durante el presente año "la SHyCP se dejó ir en desbandada contra la micro, pequeña o mediana empresa así como personas físicas y morales. Desató el terrorismo fiscal al notificar cobros por cantidades fuera de la realidad de los contribuyentes".

El programa de apoyo a los contribuyentes se inició en 1993 con el fin de apoyar a un número muy importante de deudores que no podían pagar sus impuestos generados en los años 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 1997 y 1998. Surgió a raíz de la crisis propiciada por la devaluación del peso en 1994 y la inestabilidad económica agudizada a partir de 1995.

Es por ello que el ejecutivo federal ofreció a los contribuyentes que realizaran los pagos de impuestos declarándolos de buena fe y en forma espontánea, aunque no pudo precisar que se obtendría al desconocer el número de morosos la recaudación en el pago de contribuciones, por lo que fue oportuno y conveniente crear las conocidas misceláneas fiscales para ayudar a los deudores facilitándoles el pago de impuestos.



MATAR POR DIVERSION

NADA LO JUSTIFICA



Ayúcenos a vivirlo.

6674234



*PUBLICIDAD: La publicidad de "Temas de la semana" primordialmente es de escuelas, partidos políticos y anuncios que reflejan su línea editorial.

La revista "*Temas de la semana*" es un magazine en el cual se mezclan temas de interés general y de actualidad, ya que estar al día bien informado no significa hacer un buen periodismo sino analizar desde la perspectiva de gente especializada en temas que además ofrezcan una visión novedosa no conocida en México.

2.5.- EL PAPEL DEL PERIODISTA DE "TEMAS DE LA SEMANA"

La crisis económica nacional y los nuevos estilos de administración de los medios, obligan a que las nóminas sean reducidas, con una mesa de redacción que forme el estilo noticioso, además que la presentación del material gráfico y para la nueva revista no fue la excepción. Por eso se recurrió a que las personas que escribieran fuera por free-lanceo ya que así la empresa no tendría obligación de contratar a más gente y por lo tanto a darle prestaciones que son las que ofrece una empresa periodística.

Los colaboradores externos (free lancers) no reciben un salario; en vez de ello se les paga en forma individual por cada uno de sus artículos publicados en la revista. Muchos escriben para varias revistas al mismo tiempo y otros más se especializan en distintos temas y otros más por indicaciones de temas que el editor les solicite.

La necesidad del hombre de estar informado es tan antigua como él mismo. Por ello, desde que se organizó socialmente ha existido –y existen- en el seno de las sociedades personas que ejercitan la labor de informar. Hoy en día, el periodista es quien realiza dicha labor. Y el periodista de "*Temas de la semana*" debe presentar la información con apego a la verdad.

Otras cualidades que debe reunir el periodista son: Decencia en su conducta y en ideas, justicia, insobornabilidad, ética, libertad, responsabilidad profesional, debe crear conciencia de los hechos que suceden a diario a los lectores, a través de la interpretación y la crítica de los mismos.

El periodista de "*Temas de la semana*" es ante todo un periodista investigador que elabora información, producto de un número indeterminado de fuentes y un análisis personal de datos, creando noticias para publicarlas con buena información.

"Un periodista que desee dedicarse a la investigación debe cumplir una serie de características personales y estructurales determinadas. Se requiere tener, entre otras cualidades, buenas dotes de observación, retentiva, memoria visual, capacidad de previsión y planificación, dotes de improvisación, conocimientos generales amplios, discreción y capacidad de asumir riesgos".¹⁶

Desde el inicio de la publicación se acordó que no se recurriría a la editorial como inicio de la publicación. No es necesario pontificar sobre los temas que se aporten. Será una presentación general, en que se informe al lector sobre el contenido y el trabajo de los colaboradores ya que su objetivo es el de informar.

El trabajo del editor es mantener el contenido interesante de modo que la gente siga leyendo su revista. "Un editor edita para comunicar algo a sus lectores, y de ninguna manera lo hace con el fin de complacer la sensibilidad de sus colegas editoriales".¹⁷

La tarea a la que se encuentra un editor es la siguiente: Debe encontrar un buen material, lograr que comunique algo y publicarlo cuando le resulte oportuno, debe redactar titulares que sean puramente originales, checar la ortografía junto con el jefe de redacción renglón por renglón, mantener la presión y hacer que la producción siga su curso debe indicarle también al diseñador cuantas páginas impresas y con que tipo de letra ocupará el texto, decidir las ilustraciones, corregir la publicación en general y así asegurar que se está teniendo un buen resultado en todos los aspectos para la producción de la revista.

"Un editor debe tener las características de originalidad, claridad y fuerza. Checar los aspectos éticos: Calumnia, difamación, libelo, daños, figuras públicas, funcionarios públicos, negligencia, comentarios y críticas justas y retractaciones y/o disculpas".¹⁸

Un reportero que labore para "*Temas de la semana*" debe compartir con el editor la identidad de cualquier fuente confidencial o abierta, debe existir confianza que ninguno de los dos pueda traicionar, en México afortunadamente todavía existe la libertad de expresión, ya que la libertad de prensa es una de las libertades humanas.

¹⁶ RODRÍGUEZ, Pepe. Periodismo de investigación: Técnicas y estrategias. Pág 11

¹⁷ PLOTNIK, Op cit.37

¹⁸ Ibidem, Pág.41

El concepto de libertad de información es la primera exteriorización humana que el intercambio de opiniones, ideas o hechos con los demás es una expresión de la voluntad de comunicarse. La libertad de información comprende, y conviene insistir en este aspecto, el fundamento de la libertad de pensamiento, de la libertad de opinión y de la libertad de expresión, y esta es una libertad para todos en el plano internacional, ya que así lo señala la "Declaración Universal de los Derechos del Hombre", que fue aprobada el 10 de diciembre de 1948 en la Asamblea General de las Naciones Unidas.

El artículo XIX de la Declaración dice así: "Todo individuo tiene derecho a la libertad de expresión, comprendiendo en ella el derecho a no ser molestado por las opiniones propias y el de recibir y difundir informaciones e ideas a través de cualquier medio sin límite de fronteras".¹⁹

Existe otra manera de reprimir a las personas "El libelo puede definirse como toda difamación escrita o impresa que falsamente sugiera que una persona ha cometido un delito o tienda a perjudicarla en su negocio o profesión o la exponga a la burla, el ridículo, el odio o el menosprecio".²⁰

La libertad de prensa lleva consigo no sólo la posibilidad de expresar libremente las propias ideas, sino también la de conocer todo cuanto los demás quieren expresar y su mejor garantía es la existencia de un número elevado de canales de información y de opinión que representen todas las opciones posibles.

El sistema democrático que impera en nuestro país hace posible la existencia de la libertad de expresión, esta libertad, es un logro alcanzado con carácter de irrevocable e irrenunciable no sólo de los individuos que conformamos el pueblo mexicano sino de toda la humanidad.

En México no existe censura y la libertad de prensa está presente en cualquier medio de comunicación masiva, es una de las libertades humanas. La libertad de impresión, la expresión, la información es un derecho que se debe de hacer sin temor a las represalias ni sanciones.

¹⁹ DE GREGORIO, Domenico. Metodología del Periodismo. Pág. 128.

²⁰ FRASER, Bond. Introducción al Periodismo. Pág. 33.

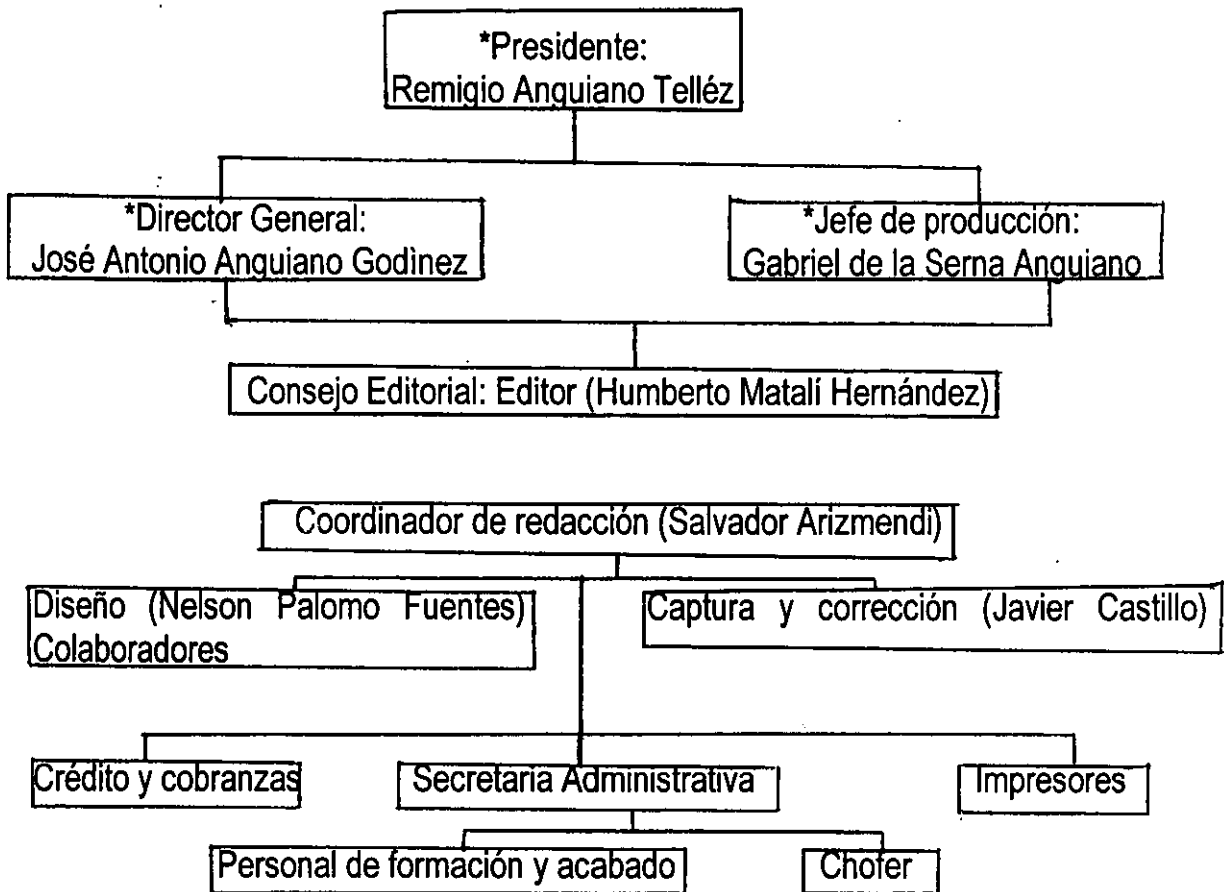
La libertad de expresión es el fundamento del ejercicio del periodismo y de la comunicación entre los individuos integrantes de cualquier sociedad. Y uno de los medios por el cual se ejerce esta libertad, es a través de un instrumento que juega un papel muy importante en nuestro seno social: La prensa.

El propósito fundamental del periodista investigador, por encima de otro interés, es lograr que los lectores se enteren de los hechos de interés social que suceden a su alrededor. Su papel no sólo se limita al de informar por informar sino que es un elemento de todo un sistema de información del que no puede separarse. Sus funciones de informar, orientar, educar y entretener debe ajustarse a una realidad concreta, deben respetar la verdad de los hechos y la dignidad de las personas ya que es una característica propia de la línea editorial de *"Temas de la semana"*.

En general, como marca de la publicación, la solemnidad debe estar alejada del estilo. Se recurrirá no a lo superfluo sino a la creatividad, al humor y a la denuncia confrontada con la realidad. A continuación se presenta el organigrama de la empresa periodística y sus relaciones entre ambos departamentos.

Actualmente en el departamento editorial solamente contratados son el editor, jefe de redacción, capturista y el diseñador debido a la crisis económica por la que se atraviesa actualmente. Pero existe personal que labora de planta en la editorial y que no sólo realiza trabajo para la revista sino para otros más referentes a las artes gráficas y que se ve reflejado en el organigrama de la empresa.

ORGANIGRAMA DE GRUPO EDITORIAL ANGUIANO S.A. DE C.V.



A continuación se describe las características que deben de tener las personas que laboran en la realización de una revista, aclarando que no siempre se tiene que contar con todas ellas dependiendo de la empresa periodística:

***DIRECTOR GENERAL:** Se encarga de revisar el contenido y es el responsable de lo que aparezca en la publicación. En ocasiones revisa las cabezas y asigna temas a los reporteros aunque en ocasiones el editorialista es quien lo hace.

***JEFE DE INFORMACIÓN:** Ofrece propuestas y es el que las discute con el director puede ser uno para toda la publicación o puede ser específico para ciertas áreas.

***JEFE DE REDACCIÓN:** Es el encargado de tratar directamente con los reporteros y colaboradores. Es el puente de la eminencia del periódico o revista y cuenta con un equipo conocido como "mesa de redacción" además se encarga de dar orden a los reporteros, leen el contenido de la revista en general y corrigen la redacción,

ortografía y decide el espacio que se asignará la publicación.

***REPORTEROS:** Son los encargados de ir a buscar la información y de redactarla periodísticamente, las cualidades que deben de tener son las siguientes:

- 1.- Ser previsores e investigadores audaces
- 2.- Profundizar en los acontecimientos diarios para descubrir los significados sociales y vincular a los lectores con fines elevados de perfeccionamiento social.
- 3.- Ser claro, objetivo y ofrecer información verdadera
- 4.- Buscar y encontrar siempre la verdad utilizando un lenguaje coloquial
- 5.- Exponer los hechos con exactitud, veracidad y plenitud
- 6.- No omitir hechos
- 7.- Respetar la vida privada y la intimidad
- 8.- Rechazar todo tipo de sobornos
- 9.- No escribir ni publicar notas falsas
- 10.- Tener una excelente redacción y ortografía
- 11.- Ser leales al medio en donde laboran y tener en la mente que el único compromiso es con la verdad.

***FOTOGRAFOS:** El jefe de redacción se coordina con él para cubrir la fuente y es el encargado de llevar un archivo fotográfico y tener listas las fotografías para utilizarlas cuando se necesiten.

***COLABORADORES:** Son especialistas del tema, es gente que a veces está especializada en diversas áreas y reflejan sus conocimientos en lo que escriben.

***ARTICULISTAS:** Es gente que está en la disposición de escribir sobre algún determinado artículo, si escriben en periódico tiene algún día asignado para publicar y en otros medios pueden ser constantes o esporádicos.

***COLUMNISTAS:** Es uno de los trabajos que tiene destinado su propio espacio y generalmente siempre está en el mismo lugar puede llevar comentarios de opinión a los cuales les quiere dar peso.

***EDITORIALISTA:** Expresa opinión pero no forzosamente la suya sino de la empresa a la que trabaja, nunca va a parecer firmado, no refleja la opinión de un individuo sino del que la escribe, es la parte más castigada.

***CARICATURISTAS, MONEROS O CARTONEROS:** Son gente que tienen ejercicio periodístico pero desarrollan la habilidad del dibujo y no forzosamente tienen carrera universitaria pero están muy informados con lo que pasa y son una manera de

expresar opinión.

***REPORTEROS DE GUARDIA:** Son reporteros con horario fijo que están para atender llamadas urgentes de lo que sucede en la noche y por lo general se encuentran en la PGR, aeropuertos, Galloso para ver si sucede algo en la noche o en la madrugada.

2.6.- SÍNTESIS DE LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA REVISTA “TEMAS DE LA SEMANA”

Todas las revistas están formadas por equipos de personas que se encargan de las dos principales áreas editoriales: el diseño y la redacción. Éstas deben interactuar y complementarse para lograr una revista completa e integrada.

La producción es la supervisión de los pasos que implica la impresión de la revistas.

- 1.- Selección del contenido: Los miembros del equipo deciden cuál va a ser el contenido del número. Los criterios se basan en la actualidad de la información y en las necesidades de la propia publicación.
- 2.- Jerarquizar la información: Dependiendo de la importancia que tenga.
- 3.- Corrección de textos: Se corrigen antes de incluirles las imágenes es decir sólo el texto.
- 4.- Selección de imágenes: Se seleccionan dependiendo el o los temas y siempre se procura que sean las adecuadas.
- 5.- Diseño del artículo: Área en la que se recorre visualmente como quedaría la publicación para finalmente imprimirla.
- 6.- Corrección de estilo: Aquí entra el corrector de estilo para darle un estilo único y que sea comprendido de una manera más legible para el lector.
- 7.- Pruebas de color: Aquí se presenta como quedaría la información de las páginas de la edición y se podrían corregir errores que como siempre sucede no se ven hasta tener la impresión.
- 8.- Filmación de película: Es decir se filman los negativos para que sean pasados a la lámina y de ahí a la impresión.
- 9.- Cierre de la publicación: Se hace al reunir todas las películas correspondientes al total del contenido editorial de la revista y se complementan las páginas totales.
- 10.- Compaginación y foliado: El departamento de ventas se encarga de compaginar los anuncios para la edición así como este es el último paso para que se lleve a imprimir la edición.
- 11.- Impresión: Se lleva un control de calidad muy estricto para poder ofrecer a los

lectores un producto bien elaborado y que supere las normas de calidad.

12.- Distribución: Una vez impresa la revista, se entrega a los distribuidores quienes harán llegar el producto a manos de los lectores en los diferentes puntos de venta.

13.- Llega al lector: Para que finalmente la pueda disfrutar y leer y releer las veces que quiera.

Cuidar el tiempo es una regla fundamental en cada uno de los procesos y se debe de trabajar con absoluta precisión, para ofrecer revistas de calidad y excelente contenido.

En este segundo capítulo se analizó la organización tanto de una empresa periodística como de la organización y realización de la nueva revista ***"Temas de la Semana"***; su diseño terminado y el contenido en general así como el perfil de los empleados que laboran en ella.

CONCLUSIONES

Con esta tesina se busca dar a conocer la producción y distribución de una revista, basada en *"Temas de la Semana"*.

A las conclusiones que finalmente se llegaron son las siguientes:

*La razón por la cual la mayor parte de las revistas fracasan es porque muchas compañías no tienen el dinero para seguir publicando el tiempo suficiente, de modo que puedan refinar el contenido editorial, vender la idea a los anunciantes y reunir suscriptores hasta que la propia publicación pueda tener ganancias.

*Para que cualquier revista tenga éxito lo primordial es tener publicidad, además se pueden hacer intercambios para que la revista sea conocida en el medio y finalmente satisfaga el estudio de mercado que previamente ya se realizó.

*En la industria editorial no solamente hay empleo para quienes operan las máquinas sino también para distintas personas que pueden ocupar la gerencia, para departamento de ventas y para muchas ocupaciones en la profesión editorial y publicitaria, administración comercial, contabilidad, periodismo y dibujo comercial.

*Antes que nada cualquier persona que sienta interés en realizar una revista ya sea de cualquier tipo o corte, debe estar segura al cien por ciento en sus posibilidades de crearla ya que al principio se debe tener mucho más ímpetu, hacer el perfil para saber qué le puede interesar al público consumidor porque si al salir al mercado y no se le hace propaganda se verá o se reflejará el interés que tienen en dicha revista.

*Y el mantenerlas elevadas o el aumentarlas puede depender de la reducción de los costos, lo cual a su vez puede lograrse no solo mediante un mayor control de los gastos sino también por la consolidación de ciertas operaciones.

*Evidentemente el avance de la ciencia y la tecnología se produce tan rápido que lo que hoy es novedoso mañana puede quedar obsoleto, y lo que hoy parece una ilusión mañana podría ser justamente una realidad tangible.

*El papel primordial del diseñador es el de comunicar y expresar el contenido para que sea comprendida en la interacción mensaje y lector. Las cualidades del orden requeridas de las páginas diseñadas dependen por completo del tipo de revista

en cuestión.

*A partir de la preimpresión digital o fotocomposición ya no habrá duda de que ahora con la creación de revistas electrónicas que incluyen texto, vídeo, fotografía, ilustración y sonido; su distribución sea en disco compacto, y lo que más sorprendente es que el contenido de las páginas no tiene número, es decir, el lector señalará con el ratón lo que sólo le interese ver, aunque dichas revistas pueden llegar a ser mutables e interactivas.

*La entrada de la computadora a los diferentes servicios en general ha traído grandes avances pero también como resultado una tendencia irreversible al aumento de desempleo, sobre todo en las áreas donde estaba implicado el trabajo manual. Además de que se convirtió en un elemento decisivo a la hora de hacer intervenir la creatividad y la imaginación.

*El hacer periodismo impreso es hacer un sistema abierto de la comunicación humana tecnificada que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos procedentes de una o varias fuentes, para transmitirlos a destino mediante un canal llamado revista que es un medio de comunicación eficiente, directo, actual, confiable y muy requerido por millones de lectores.

Y las recomendaciones que se hacen a los interesados en realizar una publicación son las siguientes, no sin antes reflexionar su gran importancia para que así opere una revista y sea un éxito:

- Investigar los trámites necesarios que se tienen que hacer para poder publicar una revista y concientizarse de que dichos trámites sean cumplidos.
- Contar con los recursos necesarios tanto humanos como técnicos para poder desarrollar la idea.
- Contactar a personas que saben hacer periodismo ya que básicamente el contenido debe ser comunicativo al cien por ciento si se desea hacer de este mismo tipo y contar además con personas que desempeñen una labor informativa adentrándose a la información.
- Hacer un estudio de mercado que asegure la supervivencia de la revista y no sólo por unas cuantas ediciones.
- Implementar estrategias para mantener en circulación la revista y que cuente con un número de lectores seguro para que editar la publicación.
- Realizar un plan promocional de la revista así como el contar con personas preparadas para vender publicidad, aunque en algunos casos no se descarta la posibilidad de hacer intercambios para darse a conocer en otros medios y poner

en promocionales la imagen de la revista para que se vaya conociendo en el medio.

- Contratar a un buen diseñador que además de hacer su trabajo ofrezca propuestas para innovar día con día el diseño de una publicación y que todo lo que diseñe sea con la finalidad de surgir nuevos diseños no conocidos por muchas personas es decir, innovar no seguir haciendo lo mismo.
- Consultar las legislaciones en materia periodística para saber lo que puede ocurrir en caso de violar dichas leyes.
- Supervisar desde el momento en que se va a concebir la edición para estar al tanto de lo que se va a publicar.
- Ofrecer en el contenido de la edición un buen mensaje y hacer interacción con el lector.
- Promocionar la revista de una manera en que fácil y rápidamente se dé a conocer en el mercado de revistas.
- Realizar el perfil para conocer quienes pueden ser nuestros clientes y para su comercialización se requerirá de tarifas especiales y espacios publicitarios en otros medios.
- Tener optimismo por lo que se va a realizar y tener en cuenta que como en todos los negocios existen altibajos que pueden hacer que en ocasiones el ánimo decaiga y se piense en el fracaso.

Este manual intentó poder ayudar a cualquier gente que tenga la posibilidad y los medios para la creación de nuevas revistas de cualquier género o que vayan dirigidas a un público especializado y que se conozca cuáles son los trámites a seguir y qué medios podrán utilizarse para imprimir una revista.

BIBLIOHEMEROGRAFÍA:

- 1.- ALSINA, R
La Construcción de la Noticia
Editorial Paidós
Barcelona, 1995

- 2.- ANDER-EGG, Ezequiel
Técnicas de Investigación Social
Editorial UTHEA
México, 1993

- 3.- BAENA PAZ, GUILLERMINA
Géneros Periodísticos Informativos
Editorial Pax-México
México 1990

- 4.-BAENA PAZ, Guillermina
Instrumentos de Investigación
Editorial Mexicanos Unidos S.A.
México,1980

- 5,- BAENA PAZ, Guillermina
Métodos y Técnicas de Investigación Periodísticas
México, Tesis profesional, 1970

- 6.- CAMPS, S. Et al
Así se hace Periodismo
Editorial Paidós
Barcelona, 1996

- 7.- DE Funtcuberta
La Noticia
Editorial Paidós
Barcelona, 1996

- 8.- GARZA, Mercado, Ario.

Manual de Técnicas de Investigación para el estudio de las Ciencias Sociales

Editorial

México, 1979

9.- GOMIS, L.

Teoría del Periodismo

Editorial Paidós

México, 1995

10.- HERNANDEZ, R. Et al.

Metodología de la Investigación

Editorial McGraw Hill

México, 1991

11.- KARCH, Randolph

Manual de las Artes Gráficas

Editorial Trillas

México 1996

12.- LEÑERO Vicente et al

Manual de Periodismo

Editorial Grijalbo

México 1987

13.- LOPEZ, M.

Cómo se fabrican las noticias

Editorial Paidós

Barcelona, 1996

14.- PADUA, J.

Técnicas y Métodos de Investigación Social

Editorial FCE

México, 1985

15.- PARDINAS, Felipe.

Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales

Editorial Siglo 21

México, 1993

16.- ROJAS, Avendaño Mario

Técnicas de Periodismo

Editorial FCE

S/F

17.- ROJAS, Soriano Raúl.

Guía para realizar Investigaciones Sociales

UNAM

México, 1979

18.- SERAFIN, M.

Como redactar un tema

Editorial Paidós

Buenos Aires, 1996

19.- SOHN, A et al

La Dirección de la Empresa Periodística

Editorial Paidós

Barcelona, 1995

20.- TAMAYO y Tamayo, Mario

El proceso de la Investigación Científica

Editorial Limusa

México, 1987

21.- VAN DIJK, T.A

La Noticia como discurso

Editorial Paidós

México, 1995

22.- VILCHE, L.

Teoría de la Imagen Periodística

Editorial Paidós

México 1994

- BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

23.- SMITH, A.

La revolución del periodismo electrónico

Editorial Gustavo Gili S.A.

1989

24.- BREWSTER Et al.

Introducción a la publicidad

Editorial Cecsca

1980

25.- BIAGI , Shirley

Impacto de los medios

International Thomson Editores SA de CV.

México 1999

26.- CHRANK, Jeffrey

Comprendiendo los medios masivos de comunicación

Traducción Lic. Manual Ortíz Staines

Editorial

1ª edición 1989

27.- DE GREGORIO, Domenico

Metodología del periodismo

Editorial Rial

España, 1966

28.- EVANS, Harold

Diseño y compaginación de la prensa diaria

Editorial Gustavo Gili S.A

México 1984

29.- FRASER, BOND E.

Introducción al periodismo

Editorial Gustavo Gili S.A.

México 1984

30.-FRANK, W. Rucker Et al

Organización y administración de periódicos

Editorial Marymar

Argentina, 1992

31.- GUAJARDO, Horacio

Elementos de periodismo

Ediciones Gernika

México, 1988

32.- HARTLEY E. Jackson

Introducción a la Práctica de las Artes Gráficas

Editorial Trillas

México, 1977

33.- HERRAN, María Teresa Et al

Ética para periodistas

Editorial Tercer Mundo S.A.

Colombia, 1991

34.- KARCH RANDOLPH,R.

Manual de las Artes Gráficas

Editorial Trillas

México, 1976

35.- MARTÍNEZ, Valle Mabel

Medios gráficos y técnicas periodísticas

Ediciones Macchi

36.- MENÉNDEZ Marcin, Ana Maria y TOUSSAINT Alcaraz,Florence

Prensa y nuevas tecnologías

Editorial Trillas

México, 1989

37.- Ochoa, Campos Moisés

Reseña histórica del periodismo mexicano

Editorial Porrúa

México, 1968

38.- OWEN, William

Diseño de Revistas

Editorial Gili, S.A de C.V.

México, 1991

39.-*PLOTNIK, Arthur

Los elementos de la edición. Una guía moderna para editores y periodistas

Traducción Guadalupe Meza Staines de Gárate

Editorial Publigráfico's

México, 1ª edición 1989

40.- RODRÍGUEZ, Pepe

Periodismo de investigación: técnicas y estrategias

Ediciones Paidós

Barcelona, España

1 edición 1994

41.- SORIA, Carlos

El director de periódicos

Editorial

42.- ANGUIANO, Tellez, Remigio

Temas de la Semana

Revista semanal

México, año 1 números 0 a la 21

Enero 2000

ANEXOS

GLOSARIO

ARTÍCULOS: Escrito publicado en un periódico o revista. Una de las partes en que suelen dividirse los escritos, cada una de las disposiciones numeradas de una ley o tratado.

CARICATURA: Reproducción grotesca de una persona o cosa, dibujo o pintura satírica y exagerada u obra de arte en que se ridiculiza a una persona o cosa.

CIRCULACIÓN: Entendida como la penetración o difusión de una publicación periódica que se vende o se lee en determinada zona geográfica. Movimiento de lo que circula, continuo. Tráfico, facilidad de desplazarse por medio de las vías de comunicación. Transmisión o propagación de noticias.

CÓDIGO DE BARRAS: Combinación de rayas o bastoncillos de grueso variable que pueden ser interpretada por un lector óptico y la información de este transmitida a un ordenador; el código de barras se utiliza muy frecuentemente en libros o artículos de consumo que se venden en los supermercados o tiendas de autoservicio.

CONTENIDO: Lo que se contiene dentro de una cosa.

COMPAGINAR: Poner en buen orden cosas que tienen alguna relación mutua. Hacer compatible, combinar, ajustar, reunir pliegos u otras cosas unas con otras.

COMPOSICIÓN: Acción y efecto de componer. Manera como forman un todo diferentes partes. Proporción de los elementos que forman parte de un cuerpo compuesto. Conjunto de líneas, galeradas y páginas antes de la imposición.

COMUNICACIÓN GRÁFICA: Es el proceso de transmitir por medio de imágenes que están en una superficie plana.

CRÓNICA: Artículos de prensa sobre temas de actualidad. Relatos hechos históricos por el orden que sucedieron.

DESPACHADOR: Persona dependiente de las empresas periodísticas encargada de distribuir los ejemplares entre los voceadores.

DISEÑO: Descripción o bosquejo de alguna cosa. Proyecto del aspecto exterior que ha de presentar un producto industrial destinado a la venta.

DISTRIBUCIÓN: Proceso periodístico entendido como acción y efecto de repartir los ejemplares editados por las empresas periodísticas. Conjunto de operaciones por las cuales las mercancías se encaminan del productor al consumidor. Difusión de un producto comercial.

DUMMY: Es la manera en como se conforma el pliego para armar las páginas de una revista.

EDITORIAL: Artículo de fondo en un periódico que emana de su dirección.

ENCUADERNACIÓN: Reunir varios pliegos poniéndoles un forro o una cubierta.

ENTREVISTA: Conversación que tiene un periodista con una persona importante para interrogarla sobre sus ideas, proyectos, testimonios.

EXPENDIO: Lugar donde se venden mercancías. Revender las publicaciones

FORMACIÓN: Conjunto de los elementos que constituyen un cuerpo.

FOTOCOMPONEDORA: Máquina que permite componer directamente los textos en películas fotográficas sin tener que utilizar tipos metálicos.

FOTOLITO: Cliché fotográfico que reproduce el original en una película o soporte transparente, el fotolito se emplea en la impresión offset y en huecograbado.

IMAGEN: Representación en pintura, escultura, dibujo o fotografía de una persona o cosa.

IMPRESIÓN: Acción de imprimir. Calidad o forma de letra con que está impresa una obra.

INFRAESTRUCTURA: Conjunto de obras de una construcción e instalación donde se asienta algo. Base de una cosa, por oposición a superestructura.

LEGISLACIÓN: Conjunto de leyes por las que se gobierna un estado. Cuerpo de leyes que regulan una materia.

MAGAZINE: Revista ilustrada que trata de asuntos varios.

MANUAL: Que se ejecuta con las manos. Libro que contiene las nociones esenciales de un arte o ciencia.

NEGATIVOS: Cliché fotográfico. Prueba fotográfica negativa.

PAPEL: Hoja delgada fabricada de toda clase de sustancias vegetales molidas que sirve para escribir, imprimir o envolver.

PROCEDIMIENTOS: Manera de hacer algo o método práctico para hacer algo.

PRODUCCIÓN: Acción de producir. Creación, elaboración, fabricación de una obra o cosa. Conjunto de los medios de trabajo y de elementos a los cuales se aplican.

REPORTAJES: Artículo periodístico que recurre a todos los géneros periodísticos, generalmente es un escrito extenso.

REVISTA: Es una publicación periódica, generalmente ilustrada, su contenido consiste en presentar artículos sobre diversas materias o un área específica

TINTA: Líquido empleado para escribir con pluma, dibujar o imprimir.

TIPOGRAFÍA: Procedimiento de impresión con formas en relieves. Composición de un texto destinado a la impresión, valiéndose de elementos en relieve que tienen la misma altura.

TRÁMITES: Cada una de las diligencias necesarias para resolver un asunto.

SOLICITUD

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN
COMISIÓN CALIFICADORA DE PUBLICACIONES Y REVISTAS
ILUSTRADAS

ABRAHAM GONZÁLEZ 48 EDIFICIO ANEXO, PLANTA BAJA No. EXP:___
Por este medio, con fundamento en el Artículo 5 inciso a), del Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas, comparezco formalmente ante ustedes, para solicitar la expedición del Certificado del (de los) de Licitud de : _____ para tal efecto bajo protesta de decir verdad, aporto para el expediente administrativo los siguientes datos.

- 1.-NOMBRE DE LA PUBLICACIÓN:
- 2.-CERTIFICADO DE RESERVA EXPEDIDO POR EL INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR FECHA
- 3.PERIODICIDAD
- 4.-NOMBRE DE LA PERSONA FÍSICA O MORAL PROPIETARIA DE LA PUBLICACION
- 5.-NOMBRE DE LA PERSONA FISICA RESPONSABLE DE LA PUBLICACIÓN (EDITOR RESPONSABLE)
- 6.-NOMBRE DEL (DE LOS) APODERADO (S) PARA EL TRÁMITE Y RECEPCIÓN DE LOS DOCUMENTOS DE LICITUD
- 7.-DOCUMENTOS QUE ACREDITAN LA PERSONALIDAD
- 8.-FECHA EN QUE SE EDITÓ O EDITARÁ EL PRIMER NÚMERO
- 9.-TIRAJE _____ LOCALIDAD _____
- 10.-DISTRIBUIDO POR (NOMBRE, DIRECCION, TEL, C.P.)
- 11.-PRECIO AL PÚBLICO
- 12.-IDIOMA EN QUE SE PUBLICÓ O PUBLICARÁ
- 13.-TRÁMITE ANTERIOR RELACIONADO CON ESTA PUBLICACIÓN
- 14.-SÍNTESIS DEL CONTENIDO
- 15.-EJEMPLARES YA EDITADOS QUE SE ANEXAN NÚMEROS
- 16.-DOMICILIO COMPLETO Y TELÉFONO EN QUE ESTA ESTABLECIDA LA PUBLICACIÓN
- 17.-NOMBRE, DOMICILIO, TELÉFONO Y C.P. DEL TALLER DE IMPRESION
18. -DOMICILIO, C.P. Y TELÉFONO PARA RECIBIR NOTIFICACIONES_

NOMBRE COMPLETO Y FIRMA DEL SOLICITANTE

La solicitud se debe llenar en máquina de escribir proporcionando los datos con la mayor precisión posible. En el espacio del encabezado deberá indicar si su solicitud es para tramitar el certificado de licitud de:

1.-TÍTULO 2.-CONTENIDO 3.-TÍTULO Y CONTENIDO

1.-El título de la publicación debe aparecer "entrecomillado" en mayúsculas, debiendo coincidir el título con el de la reserva expedida por el Instituto Nacional del Derecho de Autor.

2.-Expresar el día, mes y año consignado en la Reserva de Derechos de Autor (debiendo anexar copia del mismo a la solicitud)

3.-Se deberá indicar periodicidad del medio impreso (diario, bimestral, semanal, quincenal, mensual, trimestral, anual)

4.-Especificar el nombre completo o razón social del propietario del medio impreso, anexando copia del Acta Constitutiva cuando se trate de persona moral.

5.-Señalar el nombre de la persona física que tendrá carácter de editor responsable del medio impreso ante este organismo (anexar copia de identificación oficial)

6.-Indicar el nombre completo de la persona física autorizada o acreditada ante la comisión para efectuar el trámite.

7.-Cuando se trate del primer trámite ante la comisión, el propietario (en caso de persona física) o apoderado legal o facultado por la persona moral deberá acreditar a un representante legal por medio de una carta poder en el primero de los casos (persona física) o con poder notarial y poderdante (para el caso de personas morales), en ambos casos el facultado y el otorgante deberán anexar copia legible de sus respectivas identificaciones donde aparezca su fotografía y firma (pasaporte, licencia de manejo, credencial de elector, cédula profesional).

El documento de acreditación para el trámite deberá especificar claramente que la persona autorizada, también esta facultada para recoger los certificados de licitud correspondientes.

En el supuesto que el propietario de la publicación indicada en el punto 6 del formato, tenga debidamente registrada ante la Comisión Calificadora su personalidad y la de su representante o apoderado, sólo indicará el número de inscripción que se le haya otorgado ante este organismo.

8.-Especificar el mes y año correspondiente.

9.-Indicar el número de ejemplares que se editarán o se están imprimiendo al momento de presentar la solicitud así como la localidad donde circulara el medio impreso.

10. -En caso de utilizar servicios de intermediación, debe mencionar con toda precisión el nombre y domicilio de los distribuidores local y/o foráneo.

11.-Si la publicación es o va a ser gratuita especificarlo, en caso contrario indicar el

precio de venta.

12. -Si la publicación se edita en idioma distinto al español, deberá justificarse en carta anexa tal uso y acompañarse a la solicitud la traducción correspondiente.

13.-Deberá indicar el trámite anteriormente efectuado con relación a esta misma publicación, indicando su tipo, fecha, y en su caso, número de expediente ante la comisión. En caso contrario se asentará la palabra "ninguno".

14.-La síntesis de contenido deberá ser correcta y objetiva y especificar la temática del medio impreso.

15.-Deberá indicar los números de los tres últimos ejemplares editados mismos que deberán acompañar a la solicitud de certificado de licitud de contenido o de título y contenido, en 5 tantos cada uno.

16.-Indicar el nombre de la calle, números exterior e interior, colonia, delegación o municipio, estado y entidad federativa, código postal y número telefónico de la negociación mercantil propietaria de la publicación.

17.-Para la solicitud de contenido, mencionar el nombre, domicilio y teléfono del taller donde se imprima la publicación, especificando los datos requeridos en el punto anterior.

18.-Indicar domicilio completo (calle, número exterior e interior, colonia, código postal, población) y teléfono, con fundamento en el artículo 16 del Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas, deberá notificar por escrito el cambio de domicilio. No se dará trámite a ninguna solicitud si no esta debidamente requisitada y se entregan los documentos correspondientes.

LEY FEDERAL DE DERECHOS DE AUTOR

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.-
Presidencia de la República. ERNESTO ZEDILLO PONCE DE LEÓN, Presidente de
los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes sabed:

Que el Honorable Congreso de la Unión, se ha servido dirigirme el siguiente
DECRETO

"EL CONGRESO DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, DECRETA:
LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR

TÍTULO PRIMERO

Disposiciones Generales

CAPÍTULO ÚNICO

Artículo 1

La presente Ley, reglamentaria del artículo 28 constitucional, tiene por objeto la salvaguarda y promoción del acervo cultural de la Nación; protección de los derechos de los autores, de los artistas intérpretes o ejecutantes, así como de los editores, de los productores y de los organismos de radiodifusión, en relación con sus obras literarias o artísticas en todas sus manifestaciones, sus interpretaciones o ejecuciones, sus ediciones, sus fonogramas o videogramas, sus emisiones, así como de los otros derechos de propiedad intelectual.

Artículo 2

Las disposiciones de esta Ley son de orden público, de interés social y de observancia general en todo el territorio nacional. Su aplicación administrativa corresponde al Ejecutivo Federal por conducto del Instituto Nacional del Derecho de Autor y, en los casos previstos por esta Ley, del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Para los efectos de esta Ley se entenderá por Instituto, al Instituto Nacional del Derecho de Autor.

Artículo 3

Las obras protegidas por esta Ley son aquellas de creación original susceptibles de ser divulgadas o reproducidas en cualquier forma o medio.

Artículo 4¹

Las obras objeto de protección pueden ser:

A. Según su autor:

I. Conocido: Contienen la mención del nombre, signo o firma con que se identifica a su autor;

II. Anónimas: Sin mención del nombre, signo o firma que identifica al autor, bien por voluntad del mismo, bien por no ser posible tal identificación, y

III. Seudónimas: Las divulgadas con un nombre, signo o firma que no revele la identidad del autor;

B. Según su comunicación:

I. Divulgadas: Las que han sido hechas del conocimiento público por primera vez en cualquier forma o medio, bien en su totalidad, bien en parte, bien en lo esencial de su contenido o, incluso, mediante una descripción de la misma;

II. Inéditas: Las no divulgadas, y

III. Publicadas:

a) Las que han sido editadas, cualquiera que sea el modo de reproducción de los ejemplares, siempre que la cantidad de éstos, puestos a disposición del público, satisfaga razonablemente las necesidades de su explotación, estimadas de acuerdo con la naturaleza de la obra, y

b) Las que han sido puestas a disposición del público mediante su almacenamiento por medios electrónicos que permitan al público obtener ejemplares tangibles de la misma, cualquiera que sea la índole de estos ejemplares;

C. Según su origen:

I. Primigenias: Las que han sido creadas de origen sin estar basadas en otra preexistente, o que estando basadas en otra, sus características permitan afirmar su originalidad, y

II. Derivadas: Aquellas que resulten de la adaptación, traducción u otra transformación de una obra primigenia;

D. Según los creadores que intervienen:

I. Individuales: Las que han sido creadas por una sola persona;

II. De colaboración: Las que han sido creadas por varios autores, y

III. Colectivas: Las creadas por la iniciativa de una persona física o moral que las publica y divulga bajo su dirección y su nombre y en las cuales la contribución personal de los diversos autores que han participado en su elaboración se funde en el conjunto con vistas al cual ha sido concebida, sin que sea posible atribuir a cada uno de ellos un derecho distinto e indiviso sobre el conjunto realizado.

Artículo 5

La protección que otorga esta Ley se concede a las obras desde el momento en que hayan sido fijadas en un soporte material, independientemente del mérito, destino o modo de expresión.

El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no requiere registro ni documento de ninguna especie ni quedará subordinado al cumplimiento de formalidad alguna.

Artículo 6

Fijación es la incorporación de letras, números, signos, sonidos, imágenes y demás elementos en que se haya expresado la obra, o de las representaciones digitales de aquellos, que en cualquier forma o soporte material, incluyendo los electrónicos, permita su percepción, reproducción u otra forma de comunicación.

Artículo 7

Los extranjeros autores o titulares de derechos y sus causahabientes gozarán de los mismos derechos que los nacionales, en los términos de la presente Ley y de los tratados internacionales en materia de derechos de autor y derechos conexos suscritos y aprobados por México.

Artículo 8

Los artistas, intérpretes o ejecutantes, los editores, los productores de fonogramas o videogramas y los organismos de radiodifusión que hayan realizado fuera del territorio nacional, respectivamente, la primera fijación de sus interpretaciones o ejecuciones, sus ediciones, la primera fijación de los sonidos de estas ejecuciones o de las imágenes de sus videogramas o la comunicación de sus emisiones, gozarán de la protección que otorgan la presente Ley y los tratados internacionales en materia de derechos de autor y derechos conexos suscritos y aprobados por México.

Artículo 9

Todos los plazos establecidos para determinar la protección que otorga la presente Ley se computarán a partir del 1o. de enero del año siguiente al respectivo en que se hubiera realizado el hecho utilizado para iniciar el cómputo, salvo que este propio ordenamiento establezca una disposición en contrario.

Artículo 10

En lo no previsto en la presente Ley, se aplicará la legislación mercantil, el Código Civil para el Distrito Federal en Materia Común y para toda la República en Materia Federal y la Ley Federal del Procedimiento Administrativo.

TÍTULO SEGUNDO

Del Derecho de Autor

CAPÍTULO I

Reglas generales

Artículo 11

El derecho de autor es el reconocimiento que hace el Estado en favor de todo creador de obras literarias y artísticas previstas en el artículo 13 de esta Ley, en virtud del cual otorga su protección para que el autor goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial. Los primeros integran el llamado derecho moral y los segundos, el patrimonial.

Artículo 12

Autor es la persona física que ha creado una obra literaria y artística.

Artículo 13

Los derechos de autor a que se refiere esta Ley se reconocen respecto de las obras de las siguientes ramas:

- I. Literaria;
- II. Musical, con o sin letra;
- III. Dramática;
- IV. Danza;
- V. Pictórica o de dibujo;
- VI. Escultórica y de carácter plástico;
- VII. Caricatura e historieta;
- VIII. Arquitectónica;
- IX. Cinematográfica y demás obras audiovisuales;
- X. Programas de radio y televisión;
- XI. Programas de cómputo;
- XII. Fotográfica;
- XIII. Obras de arte aplicado que incluyen el diseño gráfico o textil, y
- XIV. De compilación, integrada por las colecciones de obras, tales como las enciclopedias, las antologías, y de obras u otros elementos como las bases de datos, siempre que dichas colecciones, por su selección o la disposición de su contenido o materias, constituyan una creación intelectual.

Las demás obras que por analogía puedan considerarse obras literarias o artísticas se incluirán en la rama que les sea más afín a su naturaleza.

Artículo 14

No son objeto de la protección como derecho de autor a que se refiere esta Ley:

- I. Las ideas en sí mismas, las fórmulas, soluciones, conceptos, métodos, sistemas, principios, descubrimientos, procesos e invenciones de cualquier tipo;
- II. El aprovechamiento industrial o comercial de las ideas contenidas en las obras;
- III. Los esquemas, planes o reglas para realizar actos mentales, juegos o negocios;
- IV. Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que su estilización sea tal que las conviertan en dibujos originales;
- V. Los nombres y títulos o frases aislados;
- VI. Los simples formatos o formularios en blanco para ser llenados con cualquier tipo de información, así como sus instructivos;
- VII. Las reproducciones o imitaciones, sin autorización, de escudos, banderas o emblemas de cualquier país, estado, municipio o división política equivalente, ni las denominaciones, siglas, símbolos o emblemas de organizaciones internacionales gubernamentales, no gubernamentales, o de cualquier otra organización reconocida oficialmente, así como la designación verbal de los mismos;
- VIII. Los textos legislativos, reglamentarios, administrativos o judiciales, así como sus traducciones oficiales. En caso de ser publicados, deberán apegarse al texto oficial y no conferirán derecho exclusivo de edición;

Sin embargo, serán objeto de protección las concordancias, interpretaciones, estudios comparativos, anotaciones, comentarios y demás trabajos similares que entrañen, por parte de su autor, la creación de una obra original;

IX. El contenido informativo de las noticias, pero sí su forma de expresión, y

X. La información de uso común tal como los refranes, dichos, leyendas, hechos, calendarios y las escalas métricas.

Artículo 15

Las obras literarias y artísticas publicadas en periódicos o revistas o transmitidas por radio, televisión u otros medios de difusión no pierden por ese hecho la protección legal.

Artículo 16

La obra podrá hacerse del conocimiento público mediante los actos que se describen a continuación:

I. Divulgación: El acto de hacer accesible una obra literaria y artística por cualquier medio al público, por primera vez, con lo cual deja de ser inédita;

II. Publicación: La reproducción de la obra en forma tangible y su puesta a disposición del público mediante ejemplares, o su almacenamiento permanente o provisional por medios electrónicos, que permitan al público leerla o conocerla visual, táctil o auditivamente;

III. Comunicación pública: Acto mediante el cual la obra se pone al alcance general, por cualquier medio o procedimiento que la difunda y que no consista en la distribución de ejemplares;

IV. Ejecución o representación pública: Presentación de una obra, por cualquier medio, a oyentes o espectadores sin restringirla a un grupo privado o círculo familiar. No se considera pública la ejecución o representación que se hace de la obra dentro del círculo de una escuela o una institución de asistencia pública o privada, siempre y cuando no se realice con fines de lucro;

V. Distribución al público: Puesta a disposición del público del original o copia de la obra mediante venta, arrendamiento y, en general, cualquier otra forma, y

VI. Reproducción: La realización de uno o varios ejemplares de una obra, de un fonograma o de un videograma, en cualquier forma tangible, incluyendo cualquier almacenamiento permanente o temporal por medios electrónicos, aunque se trate de la realización bidimensional de una obra tridimensional o viceversa.

Artículo 17

Las obras protegidas por esta Ley que se publiquen, deberán ostentar la expresión "Derechos Reservados", o su abreviatura "D. R.", seguida del símbolo ; el nombre completo y dirección del titular del derecho de autor y el año de la primera publicación. Estas menciones deberán aparecer en sitio visible. La omisión de estos requisitos no implica la pérdida de los derechos de autor, pero sujeta al licenciatario o editor responsable a las sanciones establecidas en la Ley.

CAPÍTULO II

De los derechos morales

Artículo 18

El autor es el único, primigenio y perpetuo titular de los derechos morales sobre las obras de su creación.

Artículo 19

El derecho moral se considera unido al autor y es inalienable, imprescriptible, irrenunciable e inembargable.

Artículo 20

Corresponde el ejercicio del derecho moral, al propio creador de la obra y a sus herederos. En ausencia de éstos, o bien en caso de obras del dominio público, anónimas o de las protegidas por el Título VII de la presente Ley, el Estado los ejercerá conforme al artículo siguiente, siempre y cuando se trate de obras de interés para el patrimonio cultural nacional.

Artículo 21

Los titulares de los derechos morales podrán en todo tiempo:

I. Determinar si su obra ha de ser divulgada y en qué forma, o la de mantenerla inédita;

II. Exigir el reconocimiento de su calidad de autor respecto de la obra por él creada y la de disponer que su divulgación se efectúe como obra anónima o seudónima;

III. Exigir respeto a la obra, oponiéndose a cualquier deformación, mutilación u otra modificación de ella, así como a toda acción o atentado a la misma que cause demérito de ella o perjuicio a la reputación de su autor;

IV. Modificar su obra;

V. Retirar su obra del comercio, y

VI. Oponerse a que se le atribuya al autor una obra que no es de su creación. Cualquier persona a quien se pretenda atribuir una obra que no sea de su creación podrá ejercer la facultad a que se refiere esta fracción.

Los herederos sólo podrán ejercer las facultades establecidas en las fracciones I, II, III y VI del presente artículo y el Estado, en su caso, sólo podrá hacerlo respecto de las establecidas en las fracciones III y VI del presente artículo.

Artículo 22

Salvo pacto en contrario entre los coautores, el director o realizador de la obra, tiene el ejercicio de los derechos morales sobre la obra audiovisual en su conjunto, sin perjuicio de los que correspondan a los demás coautores en relación con sus respectivas contribuciones, ni de los que puede ejercer el productor de conformidad con la presente Ley y de lo establecido por su artículo 99.

Artículo 23

Salvo pacto en contrario, se entiende que los autores que aporten obras para su utilización en anuncios publicitarios o de propaganda, han autorizado la omisión del

crédito autoral durante la utilización o explotación de las mismas, sin que esto implique renuncia a los derechos morales.

CAPÍTULO III

De los derechos patrimoniales

Artículo 24

En virtud del derecho patrimonial, corresponde al autor el derecho de explotar de manera exclusiva sus obras, o de autorizar a otros su explotación, en cualquier forma, dentro de los límites que establece la presente Ley y sin menoscabo de la titularidad de los derechos morales a que se refiere el artículo 21 de la misma.

Artículo 25

Es titular del derecho patrimonial el autor, heredero o el adquirente por cualquier título.

Artículo 26

El autor es el titular originario del derecho patrimonial y sus herederos o causahabientes por cualquier título serán considerados titulares derivados.

Artículo 27

Los titulares de los derechos patrimoniales podrán autorizar o prohibir:

I. La reproducción, publicación, edición o fijación material de una obra en copias o ejemplares, efectuada por cualquier medio ya sea impreso, fonográfico, gráfico, plástico, audiovisual, electrónico u otro similar;

II. La comunicación pública de su obra a través de cualquiera de las siguientes maneras:

a) La representación, recitación y ejecución pública en el caso de las obras literarias y artísticas;

b) La exhibición pública por cualquier medio o procedimiento, en el caso de obras literarias y artísticas, y

c) El acceso público por medio de la telecomunicación;

III. La transmisión pública o radiodifusión de sus obras, en cualquier modalidad, incluyendo la transmisión o retransmisión de las obras por:

a) Cable;

b) Fibra óptica;

c) Microondas;

d) Vía satélite, o

e) Cualquier otro medio análogo;

IV. La distribución de la obra, incluyendo la venta u otras formas de transmisión de la propiedad de los soportes materiales que la contengan, así como cualquier forma de transmisión de uso o explotación. Cuando la distribución se lleve a cabo mediante venta, este derecho de oposición se entenderá agotado efectuada la primera venta, salvo en el caso expresamente contemplado en el artículo 104 de esta Ley;

V. La importación al territorio nacional de copias de la obra hechas sin su autorización;

VI. La divulgación de obras derivadas, en cualquiera de sus modalidades, tales como la traducción, adaptación, paráfrasis, arreglos y transformaciones, y

VII. Cualquier utilización pública de la obra salvo en los casos expresamente establecidos en esta Ley.

Artículo 28

Las facultades a las que se refiere el artículo anterior, son independientes entre sí y cada una de las modalidades de explotación también lo son.

Artículo 29

Los derechos patrimoniales estarán vigentes durante:

I. La vida del autor y, a partir de su muerte, setenta y cinco años más.

Cuando la obra le pertenezca a varios coautores los setenta y cinco años se contarán a partir de la muerte del último, y

II. Setenta y cinco años después de divulgadas:

a) Las obras póstumas, siempre y cuando la divulgación se realice dentro del periodo de protección a que se refiere la fracción I, y

b) Las obras hechas al servicio oficial de la Federación, las entidades federativas o los municipios.

Si el titular del derecho patrimonial distinto del autor muere sin herederos la facultad de explotar o autorizar la explotación de la obra corresponderá al autor y, a falta de éste, corresponderá al Estado por conducto del Instituto, quien respetará los derechos adquiridos por terceros con anterioridad.

Pasados los términos previstos en las fracciones de este artículo, la obra pasará al dominio público.

TÍTULO

TERCERO

De la Transmisión de los Derechos Patrimoniales

CAPÍTULO

1

Disposiciones generales

Artículo

30

El titular de los derechos patrimoniales puede, libremente, conforme a lo establecido por esta Ley, transferir sus derechos patrimoniales u otorgar licencias de uso exclusivas o no exclusivas.

Toda transmisión de derechos patrimoniales de autor será onerosa y temporal. En ausencia de acuerdo sobre el monto de la remuneración o del procedimiento para fijarla, así como sobre los términos para su pago, la determinarán los tribunales competentes.

Los actos, convenios y contratos por los cuales se transmitan derechos patrimoniales y las licencias de uso deberán celebrarse, invariablemente, por escrito, de lo contrario serán nulos de pleno derecho.

Artículo

31

Toda transmisión de derechos patrimoniales deberá prever en favor del autor o del

titular del derecho patrimonial, en su caso, una participación proporcional en los ingresos de la explotación de que se trate, o una remuneración fija y determinada. Este derecho es irrenunciable.

Artículo 32

Los actos, convenios y contratos por los cuales se transmitan derechos patrimoniales deberán inscribirse en el Registro Público del Derecho de Autor para que surtan efectos contra terceros.

Artículo 33

A falta de estipulación expresa, toda transmisión de derechos patrimoniales se considera por el término de 5 años. Sólo podrá pactarse excepcionalmente por más de 15 años cuando la naturaleza de la obra o la magnitud de la inversión requerida así lo justifique.

Artículo 34

La producción de obra futura sólo podrá ser objeto de contrato cuando se trate de obra determinada cuyas características deben quedar establecidas en él. Son nulas la transmisión global de obra futura, así como las estipulaciones por las que el autor se comprometa a no crear obra alguna.

Artículo 35

La licencia en exclusiva deberá otorgarse expresamente con tal carácter y atribuirá al licenciataria, salvo pacto en contrario, la facultad de explotar la obra con exclusión de cualquier otra persona y la de otorgar autorizaciones no exclusivas a terceros.

Artículo 36

La licencia en exclusiva obliga al licenciataria a poner todos los medios necesarios para la efectividad de la explotación concedida, según la naturaleza de la obra y los usos y costumbres en la actividad profesional, industrial o comercial de que se trate.

Artículo 37

Los actos, convenios y contratos sobre derechos patrimoniales que se formalicen ante notario, corredor público o cualquier fedatario público y que se encuentren inscritos en el Registro Público del Derecho de Autor, traerán aparejada ejecución.

Artículo 38

El derecho de autor no está ligado a la propiedad del objeto material en el que la obra esté incorporada. Salvo pacto expreso en contrario, la enajenación por el autor o su derechohabiente del soporte material que contenga una obra, no transferirá al adquirente ninguno de los derechos patrimoniales sobre tal obra.

Artículo 39

La autorización para difundir una obra protegida, por radio, televisión o cualquier otro medio semejante, no comprende la de redifundirla ni explotarla.

Artículo 40

Los titulares de los derechos patrimoniales de autor y de los derechos conexos podrán exigir una remuneración compensatoria por la realización de cualquier copia o

reproducción hecha sin su autorización y sin estar amparada por alguna de las limitaciones previstas en los artículos 148 y 151 de la presente Ley.

Artículo 41

Los derechos patrimoniales no son embargables ni pignorables aunque pueden ser objeto de embargo o prenda los frutos y productos que se deriven de su ejercicio.

CAPÍTULO II

Del contrato de edición de obra literaria

Artículo 42

Hay contrato de edición de obra literaria cuando el autor o el titular de los derechos patrimoniales, en su caso, se obliga a entregar una obra a un editor y éste, a su vez, se obliga a reproducirla, distribuirla y venderla cubriendo al titular del derecho patrimonial las prestaciones convenidas.

Las partes podrán pactar que la distribución y venta sean realizadas por terceros, así como convenir sobre el contenido del contrato de edición, salvo los derechos irrenunciables establecidos por esta Ley.

Artículo 43

Como excepción a lo previsto por el artículo 33 de la presente Ley, el plazo de la cesión de derechos de obra literaria no estará sujeta a limitación alguna.

Artículo 44

El contrato de edición de una obra no implica la transmisión de los demás derechos patrimoniales del titular de la misma.

Artículo 45

El editor no podrá publicar la obra con abreviaturas, adiciones, supresiones o cualesquiera otras modificaciones, sin consentimiento escrito del autor.

Artículo 46

El autor conservará el derecho de hacer a su obra las correcciones, enmiendas, adiciones o mejoras que estime convenientes antes de que la obra entre en prensa.

Cuando las modificaciones hagan más onerosa la edición, el autor estará obligado a resarcir los gastos que por ese motivo se originen, salvo pacto en contrario.

Artículo 47

El contrato de edición deberá contener como mínimo los siguientes elementos:

I. El número de ediciones o, en su caso, reimpressiones, que comprende;

II. La cantidad de ejemplares de que conste cada edición;

III. Si la entrega del material es o no en exclusiva, y

IV. La remuneración que deba percibir el autor o el titular de los derechos patrimoniales.

Artículo 48

Salvo pacto en contrario, los gastos de edición, distribución, promoción, publicidad, propaganda o de cualquier otro concepto, serán por cuenta del editor.

Artículo	49
El editor que hubiere hecho la edición de una obra tendrá el derecho de preferencia en igualdad de condiciones para realizar la siguiente edición.	
Artículo	50
Si no existe convenio respecto al precio que los ejemplares deben tener para su venta, el editor estará facultado para fijarlo.	
Artículo	51
Salvo pacto en contrario, el derecho de editar separadamente una o varias obras del mismo autor no confiere al editor el derecho para editarlas en conjunto. El derecho de editar en conjunto las obras de un autor no confiere al editor la facultad de editarlas separadamente.	
Artículo	52
Son obligaciones del autor o del titular del derecho patrimonial:	
I. Entregar al editor la obra en los términos y condiciones contenidos en el contrato, y	
II. Responder ante el editor de la autoría y originalidad de la obra, así como del ejercicio pacífico de los derechos que le hubiera transmitido.	
Artículo	53
Los editores deben hacer constar en forma y lugar visibles de las obras que publiquen, los siguientes datos:	
I. Nombre, denominación o razón social y domicilio del editor;	
II. Año de la edición o reimpresión;	
III. Número ordinal que corresponde a la edición o reimpresión, cuando esto sea posible,	
y	
IV. Número Internacional Normalizado del Libro (ISBN), o el Número Internacional Normalizado para Publicaciones Periódicas (ISSN), en caso de publicaciones periódicas.	
Artículo	54
Los impresores deben hacer constar en forma y lugar visible de las obras que impriman:	
I. Su nombre, denominación o razón social;	
II. Su domicilio,	
y	
III. La fecha en que se terminó de imprimir.	
Artículo	55
Cuando en el contrato de edición no se haya estipulado el término dentro del cual deba quedar concluida la edición y ser puestos a la venta los ejemplares, se entenderá que este término es de un año contado a partir de la entrega de la obra lista para su edición. Una vez transcurrido este lapso sin que el editor haya hecho la edición, el titular de los derechos patrimoniales podrá optar entre exigir el cumplimiento del contrato o darlo por terminado mediante aviso escrito al editor. En	

uno y otro casos, el editor resarcirá al titular de los derechos patrimoniales los daños y perjuicios causados.

El término para poner a la venta los ejemplares no podrá exceder de dos años, contado a partir del momento en que se pone la obra a disposición del editor.

Artículo 56

El contrato de edición terminará, cualquiera que sea el plazo estipulado para su duración, si la edición objeto del mismo se agotase, sin perjuicio de las acciones derivadas del propio contrato, o si el editor no distribuyese la obra en los términos pactados. Se entenderá agotada una edición, cuando el editor carezca de los ejemplares de la misma para atender la demanda del público.

Artículo 57

Toda persona física o moral que publique una obra está obligada a mencionar el nombre del autor o el seudónimo en su caso. Si la obra fuere anónima se hará constar. Cuando se trate de traducciones, compilaciones, adaptaciones u otras versiones se hará constar además, el nombre de quien la realiza.

CAPÍTULO III

Del Contrato de Edición de Obra Musical

Artículo 58

El contrato de edición de obra musical es aquél por el que el autor o el titular del derecho patrimonial, en su caso, cede al editor el derecho de reproducción y lo faculta para realizar la fijación y reproducción fonomecánica de la obra, su sincronización audiovisual, comunicación pública, traducción, arreglo o adaptación y cualquier otra forma de explotación que se encuentre prevista en el contrato; y el editor se obliga por su parte, a divulgar la obra por todos los medios a su alcance, recibiendo como contraprestación una participación en los beneficios económicos que se obtengan por la explotación de la obra, según los términos pactados.

Sin embargo, para poder realizar la sincronización audiovisual, la adaptación con fines publicitarios, la traducción, arreglo o adaptación el editor deberá contar, en cada caso específico, con la autorización expresa del autor o de sus causahabientes.

Artículo 59

Son causas de rescisión, sin responsabilidad para el autor o el titular del derecho patrimonial:

I. Que el editor no haya iniciado la divulgación de la obra dentro del término señalado en el contrato;

II. Que el editor incumpla su obligación de difundir la obra en cualquier tiempo sin causa justificada, y

III. Que la obra materia del contrato no haya producido beneficios económicos a las partes en el término de tres años, caso en el que tampoco habrá responsabilidad para el editor.

Artículo	60
Son aplicables al contrato de edición musical las disposiciones del contrato de edición de obra literaria en todo aquello que no se oponga a lo dispuesto en el presente capítulo.	
CAPÍTULO	IV
Del Contrato de Representación Escénica	
Artículo	61
Por medio del contrato de representación escénica el autor o el titular del derecho patrimonial, en su caso, concede a una persona física o moral, llamada empresario, el derecho de representar o ejecutar públicamente una obra literaria, musical, literario musical, dramática, dramático musical, de danza, pantomímica o coreográfica, por una contraprestación pecuniaria; y el empresario se obliga a llevar a efecto esa representación en las condiciones convenidas y con arreglo a lo dispuesto en esta Ley.	
El contrato deberá especificar si el derecho se concede en exclusiva o sin ella y, en su caso, las condiciones y características de las puestas en escena o ejecuciones.	
Artículo	62
Si no quedara asentado en el contrato de representación escénica el período durante el cual se representará o ejecutará la obra al público, se entenderá que es por un año.	
Artículo	63
Son obligaciones del empresario:	
I. Asegurar la representación o la ejecución pública en las condiciones pactadas;	
II. Garantizar al autor, al titular de los derechos patrimoniales o a sus representantes el acceso gratuito a la misma, y	
III. Satisfacer al titular de los derechos patrimoniales la remuneración convenida.	
Artículo	64
Salvo pacto en contrario, el contrato de representación escénica suscrito entre el autor y el empresario autoriza a éste a representar la obra en todo el territorio de la República Mexicana.	
Artículo	65
Son aplicables al contrato de representación escénica las disposiciones del contrato de edición de obra literaria en todo aquello que no se oponga a lo dispuesto en el presente capítulo.	
CAPÍTULO	V
Del Contrato de Radiodifusión	
Artículo	66
Por el contrato de radiodifusión el autor o el titular de los derechos patrimoniales, en su caso, autoriza a un organismo de radiodifusión a transmitir una obra.	
Las disposiciones aplicables a las transmisiones de estos organismos resultarán aplicables, en lo conducente, a las efectuadas por cable, fibra óptica, ondas	

radioeléctricas, satélite o cualquier otro medio análogo, que hagan posible la comunicación remota al público de obras protegidas.

Artículo 67

Son aplicables al contrato de radiodifusión las disposiciones del contrato de edición de obra literaria en todo aquello que no se oponga a lo dispuesto por el presente capítulo.

CAPÍTULO

VI

Del Contrato de Producción Audiovisual

Artículo

68

Por el contrato de producción audiovisual, los autores o los titulares de los derechos patrimoniales, en su caso, ceden en exclusiva al productor los derechos patrimoniales de reproducción, distribución, comunicación pública y subtitulado de la obra audiovisual, salvo pacto en contrario. Se exceptúan de lo anterior las obras musicales.

Artículo

69

Cuando la aportación de un autor no se completase por causa de fuerza mayor, el productor podrá utilizar la parte ya realizada, respetando los derechos de aquél sobre la misma, incluso el del anonimato, sin perjuicio, de la indemnización que proceda.

Artículo

70

Caducarán de pleno derecho los efectos del contrato de producción, si la realización de la obra audiovisual no se inicia en el plazo estipulado por las partes o por fuerza mayor.

Artículo

71

Se considera terminada la obra audiovisual cuando, de acuerdo con lo pactado entre el director realizador por una parte, y el productor por la otra, se haya llegado a la versión definitiva.

Artículo

72

Son aplicables al contrato de producción audiovisual las disposiciones del contrato de edición de obra literaria en todo aquello que no se oponga a lo dispuesto en el presente capítulo.

CAPÍTULO

VII

De los Contratos Publicitarios

Artículo

73

Son contratos publicitarios los que tengan por finalidad la explotación de obras literarias o artísticas con fines de promoción o identificación en anuncios publicitarios o de propaganda a través de cualquier medio de comunicación.

Artículo

74

Los anuncios publicitarios o de propaganda podrán ser difundidos hasta por un período máximo de seis meses a partir de la primera comunicación. Pasado este término, su comunicación deberá retribuirse, por cada período adicional de seis meses, aun cuando sólo se efectúe en fracciones de ese período, al menos con una cantidad igual a la contratada originalmente. Después de transcurridos tres años

desde la primera comunicación, su uso requerirá la autorización de los autores y de los titulares de los derechos conexos de las obras utilizadas.

Artículo 75

En el caso de publicidad en medios impresos, el contrato deberá precisar el soporte o soportes materiales en los que se reproducirá la obra y, si se trata de folletos o medios distintos de las publicaciones periódicas, el número de ejemplares de que constará el tiraje. Cada tiraje adicional deberá ser objeto de un acuerdo expreso.

Artículo 76

Son aplicables a los contratos publicitarios las disposiciones del contrato de edición de obra literaria, de obra musical y de producción audiovisual en todo aquello que no se oponga a lo dispuesto en el presente capítulo.

TÍTULO CUARTO

De la Protección al Derecho de Autor

CAPÍTULO I

Disposiciones Generales

Artículo 77

La persona cuyo nombre o seudónimo, conocido o registrado, aparezca como autor de una obra, será considerada como tal, salvo prueba en contrario y, en consecuencia, se admitirán por los tribunales competentes las acciones que entable por transgresión a sus derechos.

Respecto de las obras firmadas bajo seudónimo o cuyos autores no se hayan dado a conocer, las acciones para proteger el derecho corresponderán a la persona que las haga del conocimiento público con el consentimiento del autor, quien tendrá las responsabilidades de un gestor, hasta en cuanto el titular de los derechos no comparezca en el juicio respectivo, a no ser que existiera convenio previo en contrario.

Artículo 78

Las obras derivadas, tales como arreglos, compendios, ampliaciones, traducciones, adaptaciones, paráfrasis, compilaciones, colecciones y transformaciones de obras literarias o artísticas, serán protegidas en lo que tengan de originales, pero sólo podrán ser explotadas cuando hayan sido autorizadas por el titular del derecho patrimonial sobre la obra primigenia.

Cuando las obras derivadas sean del dominio público, serán protegidas en lo que tengan de originales, pero tal protección no comprenderá el derecho al uso exclusivo de la obra primigenia, ni dará derecho a impedir que se hagan otras versiones de la misma.

Artículo 79

El traductor o el titular de los derechos patrimoniales de la traducción de una obra que acredite haber obtenido la autorización del titular de los derechos patrimoniales para traducirla gozará, con respecto de la traducción de que se trate, de la protección que

la presente Ley le otorga. Por lo tanto, dicha traducción no podrá ser reproducida, modificada, publicada o alterada, sin consentimiento del traductor.

Cuando una traducción se realice en los términos del párrafo anterior, y presente escasas o pequeñas diferencias con otra traducción, se considerará como simple reproducción.

Artículo 80

En el caso de las obras hechas en coautoría, los derechos otorgados por esta Ley, corresponderán a todos los autores por partes iguales, salvo pacto en contrario o que se demuestre la autoría de cada uno.

Para ejercitar los derechos establecidos por esta Ley, se requiere el consentimiento de la mayoría de los autores, mismo que obliga a todos. En su caso, la minoría no está obligada a contribuir a los gastos que se generen, sino con cargo a los beneficios que se obtengan.

Cuando la mayoría haga uso o explote la obra, deducirá de la percepción total, el importe de los gastos efectuados y entregará a la minoría la participación que corresponda.

Cuando la parte realizada por cada uno de los autores sea claramente identificable, éstos podrán libremente ejercer los derechos a que se refiere esta Ley en la parte que les corresponda.

Salvo pacto en contrario, cada uno de los coautores de una obra podrán solicitar la inscripción de la obra completa.

Muerto alguno de los coautores o titulares de los derechos patrimoniales, sin herederos, su derecho acrecerá el de los demás.

Artículo 81

Salvo pacto en contrario, el derecho de autor sobre una obra con música y letra pertenecerá, por partes iguales al autor de la parte literaria y al de la parte musical. Cada uno de ellos, podrá libremente ejercer los derechos de la parte que le corresponda o de la obra completa y, en este último caso, deberá dar aviso en forma indubitable al coautor, mencionando su nombre en la edición, además de abonarle la parte que le corresponda cuando lo haga con fines lucrativos.

Artículo 82

Quienes contribuyan con artículos a periódicos, revistas, programas de radio o televisión u otros medios de difusión, salvo pacto en contrario, conservan el derecho de editar sus artículos en forma de colección, después de haber sido transmitidos o publicados en el periódico, la revista o la estación en que colaboren.

Artículo 83

Salvo pacto en contrario, la persona física o moral que comisione la producción de una obra o que la produzca con la colaboración remunerada de otras, gozará de la titularidad de los derechos patrimoniales sobre la misma y le corresponderán las

facultades relativas a la divulgación, integridad de la obra y de colección sobre este tipo de creaciones.

La persona que participe en la realización de la obra, en forma remunerada, tendrá el derecho a que se le mencione expresamente su calidad de autor, artista, intérprete o ejecutante sobre la parte o partes en cuya creación haya participado.

Artículo 84

Cuando se trate de una obra realizada como consecuencia de una relación laboral establecida a través de un contrato individual de trabajo que conste por escrito, a falta de pacto en contrario, se presumirá que los derechos patrimoniales se dividen por partes iguales entre empleador y empleado.

El empleador podrá divulgar la obra sin autorización del empleado, pero no al contrario. A falta de contrato individual de trabajo por escrito, los derechos patrimoniales corresponderán al empleado.

CAPÍTULO II

De las Obras Fotográficas, Plásticas y Gráficas

Artículo 85

Salvo pacto en contrario, se considerará que el autor que haya enajenado su obra pictórica, escultórica y de artes plásticas en general, no ha concedido al adquirente el derecho de reproducirla, pero sí el de exhibirla y el de plasmarla en catálogos. En todo caso, el autor podrá oponerse al ejercicio de estos derechos, cuando la exhibición se realice en condiciones que perjudiquen su honor o reputación profesional.

Artículo 86

Los fotógrafos profesionales sólo pueden exhibir las fotografías realizadas bajo encargo, como muestra de su trabajo, previa autorización.

Artículo 87

El retrato de una persona sólo puede ser usado o publicado, con su consentimiento expreso, o bien con el de sus representantes o los titulares de los derechos correspondientes. La autorización de usar o publicar el retrato podrá revocarse por quien la otorgó quién, en su caso, responderá por los daños y perjuicios que pudiera ocasionar dicha revocación.

Cuando a cambio de una remuneración, una persona se dejare retratar, se presume que ha otorgado el consentimiento a que se refiere el párrafo anterior y no tendrá derecho a revocarlo, siempre que se utilice en los términos y para los fines pactados.

No será necesario el consentimiento a que se refiere este artículo cuando se trate del retrato de una persona que forme parte menor de un conjunto o la fotografía sea tomada en un lugar público y con fines informativos o periodísticos.

Los derechos establecidos para las personas retratadas durarán 50 años después de su muerte.

Artículo 88

Salvo pacto en contrario, el derecho exclusivo a reproducir una obra pictórica, gráfica

o escultórica no incluye el derecho a reproducirla en cualquier tipo de artículo, así como la promoción comercial de éste.

Artículo 89

La obra gráfica en serie es aquella que resulta de la elaboración de varias copias a partir de una matriz hecha por el autor.

Artículo 90

Para los efectos de esta Ley, los ejemplares de obra gráfica en serie debidamente firmados y numerados se consideran como originales.

Artículo 91

A las esculturas que se realicen en serie limitada y numerada a partir de un molde se les aplicarán las disposiciones de este capítulo.

Artículo 92

Salvo pacto en contrario, el autor de una obra de arquitectura no podrá impedir que el propietario de ésta le haga modificaciones, pero tendrá la facultad de prohibir que su nombre sea asociado a la obra alterada.

Artículo 93

Las disposiciones de este capítulo serán válidas para las obras de arte aplicado en lo que tengan de originales. No será objeto de protección el uso que se dé a las mismas.

CAPÍTULO III

De la Obra Cinematográfica y Audiovisual

Artículo 94

Se entiende por obras audiovisuales las expresadas mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que se hacen perceptibles, mediante dispositivos técnicos, produciendo la sensación de movimiento.

Artículo 95

Sin perjuicio de los derechos de los autores de las obras adaptadas o incluidas en ella, la obra audiovisual, será protegida como obra primigenia.

Artículo 96

Los titulares de los derechos patrimoniales podrán disponer de sus respectivas aportaciones a la obra audiovisual para explotarlas en forma aislada, siempre que no se perjudique la normal explotación de dicha obra.

Artículo 97

Son autores de las obras audiovisuales:

- I. El director realizador;
- II. Los autores del argumento, adaptación, guión o diálogo;
- III. Los autores de las composiciones musicales;
- IV. El fotógrafo, y
- V. Los autores de las caricaturas y de los dibujos animados.

Salvo pacto en contrario, se considera al productor como el titular de los derechos patrimoniales de la obra en su conjunto.

Artículo	98
Es productor de la obra audiovisual la persona física o moral que tiene la iniciativa, la coordinación y la responsabilidad en la realización de una obra, o que la patrocina.	
Artículo	99
Salvo pacto en contrario, el contrato que se celebre entre el autor o los titulares de los derechos patrimoniales, en su caso, y el productor, no implica la cesión ilimitada y exclusiva a favor de éste de los derechos patrimoniales sobre la obra audiovisual.	
Una vez que los autores o los titulares de derechos patrimoniales se hayan comprometido a aportar sus contribuciones para la realización de la obra audiovisual, no podrán oponerse a la reproducción, distribución, representación y ejecución pública, transmisión por cable, radiodifusión, comunicación al público, subtítulo y doblaje de los textos de dicha obra.	
Sin perjuicio de los derechos de los autores, el productor puede llevar a cabo todas las acciones necesarias para la explotación de la obra audiovisual.	
Artículo	100
Las disposiciones contenidas en el presente capítulo se aplicarán en lo pertinente a las obras de radiodifusión.	
CAPÍTULO	IV
De los Programas de Computación y las Bases de Datos	
Artículo	101
Se entiende por programa de computación la expresión original en cualquier forma, lenguaje o código, de un conjunto de instrucciones que, con una secuencia, estructura y organización determinada, tiene como propósito que una computadora o dispositivo realice una tarea o función específica.	
Artículo	102
Los programas de computación se protegen en los mismos términos que las obras literarias. Dicha protección se extiende tanto a los programas operativos como a los programas aplicativos, ya sea en forma de código fuente o de código objeto. Se exceptúan aquellos programas de cómputo que tengan por objeto causar efectos nocivos a otros programas o equipos.	
Artículo	103
Salvo pacto en contrario, los derechos patrimoniales sobre un programa de computación y su documentación, cuando hayan sido creados por uno o varios empleados en el ejercicio de sus funciones o siguiendo las instrucciones del empleador, corresponden a éste.	
Como excepción a lo previsto por el artículo 33 de la presente Ley, el plazo de la cesión de derechos en materia de programas de computación no está sujeto a limitación alguna.	
Artículo	104
Como excepción a lo previsto en el artículo 27 fracción IV, el titular de los derechos de	

autor sobre un programa de computación o sobre una base de datos conservará, aún después de la venta de ejemplares de los mismos, el derecho de autorizar o prohibir el arrendamiento de dichos ejemplares. Este precepto no se aplicará cuando el ejemplar del programa de computación no constituya en sí mismo un objeto esencial de la licencia de uso.

Artículo 105

El usuario legítimo de un programa de computación podrá realizar el número de copias que le autorice la licencia concedida por el titular de los derechos de autor, o una sola copia de dicho programa siempre y cuando:

- I. Sea indispensable para la utilización del programa, o
- II. Sea destinada exclusivamente como resguardo para sustituir la copia legítimamente adquirida, cuando ésta no pueda utilizarse por daño o pérdida. La copia de respaldo deberá ser destruida cuando cese el derecho del usuario para utilizar el programa de computación.

Artículo 106

El derecho patrimonial sobre un programa de computación comprende la facultad de autorizar o prohibir:

- I. La reproducción permanente o provisional del programa en todo o en parte, por cualquier medio y forma;
- II. La traducción, la adaptación, el arreglo o cualquier otra modificación de un programa y la reproducción del programa resultante;
- III. Cualquier forma de distribución del programa o de una copia del mismo, incluido el alquiler, y
- IV. La decompilación, los procesos para revertir la ingeniería de un programa de computación y el desensamblaje.

Artículo 107

Las bases de datos o de otros materiales legibles por medio de máquinas o en otra forma, que por razones de selección y disposición de su contenido constituyan creaciones intelectuales, quedarán protegidas como compilaciones. Dicha protección no se extenderá a los datos y materiales en sí mismos.

Artículo 108

Las bases de datos que no sean originales quedan, sin embargo, protegidas en su uso exclusivo por quien las haya elaborado, durante un lapso de 5 años.

Artículo 109

El acceso a información de carácter privado relativa a las personas contenida en las bases de datos a que se refiere el artículo anterior, así como la publicación, reproducción, divulgación, comunicación pública y transmisión de dicha información, requerirá la autorización previa de las personas de que se trate.

Quedan exceptuados de lo anterior, las investigaciones de las autoridades encargadas de la procuración e impartición de justicia, de acuerdo con la legislación

respectiva, así como el acceso a archivos públicos por las personas autorizadas por la ley, siempre que la consulta sea realizada conforme a los procedimientos respectivos.

Artículo 110

El titular del derecho patrimonial sobre una base de datos tendrá el derecho exclusivo, respecto de la forma de expresión de la estructura de dicha base, de autorizar o prohibir:

I. Su reproducción permanente o temporal, total o parcial, por cualquier medio y de cualquier forma;

II. Su traducción, adaptación, reordenación y cualquier otra modificación;

III. La distribución del original o copias de la base de datos;

IV. La comunicación al público, y

V. La reproducción, distribución o comunicación pública de los resultados de las operaciones mencionadas en la fracción II del presente artículo.

Artículo 111

Los programas efectuados electrónicamente que contengan elementos visuales, sonoros, tridimensionales o animados quedan protegidos por esta Ley en los elementos primigenios que contengan.

Artículo 112

Queda prohibida la importación, fabricación, distribución y utilización de aparatos o la prestación de servicios destinados a eliminar la protección técnica de los programas de cómputo, de las transmisiones a través del espectro electromagnético y de redes de telecomunicaciones y de los programas de elementos electrónicos señalados en el artículo anterior.

Artículo 113

Las obras e interpretaciones o ejecuciones transmitidas por medios electrónicos a través del espectro electromagnético y de redes de telecomunicaciones y el resultado que se obtenga de esta transmisión estarán protegidas por esta Ley.

Artículo 114

La transmisión de obras protegidas por esta Ley mediante cable, ondas radioeléctricas, satélite u otras similares, deberán adecuarse, en lo conducente, a la legislación mexicana y respetar en todo caso y en todo tiempo las disposiciones sobre la materia.

TÍTULO QUINTO

De los Derechos Conexos

CAPÍTULO I

Disposiciones Generales

Artículo 115

La protección prevista en este título dejará intacta y no afectará en modo alguno la protección de los derechos de autor sobre las obras literarias y artísticas. Por lo tanto,

ninguna de las disposiciones del presente título podrá interpretarse en menoscabo de esa protección.

CAPÍTULO

II

De los Artistas Intérpretes o Ejecutantes

Artículo 116

Los términos artista intérprete o ejecutante designan al actor, narrador, declamador, cantante, músico, bailarín, o a cualquiera otra persona que interprete o ejecute una obra literaria o artística o una expresión del folclor o que realice una actividad similar a las anteriores, aunque no haya un texto previo que norme su desarrollo. Los llamados extras y las participaciones eventuales no quedan incluidos en esta definición.

Artículo 117

El artista intérprete o ejecutante goza del derecho al reconocimiento de su nombre respecto de sus interpretaciones o ejecuciones así como el de oponerse a toda deformación, mutilación o cualquier otro atentado sobre su actuación que lesione su prestigio o reputación.

Artículo 118

Los artistas intérpretes o ejecutantes tienen el derecho de oponerse a:

- I. La comunicación pública de sus interpretaciones o ejecuciones;
- II. La fijación de sus interpretaciones o ejecuciones sobre una base material, y
- III. La reproducción de la fijación de sus interpretaciones o ejecuciones.

Estos derechos se consideran agotados una vez que el artista intérprete o ejecutante haya autorizado la incorporación de su actuación o interpretación en una fijación visual, sonora o audiovisual.

Artículo 119

Los artistas que participen colectivamente en una misma actuación, tales como grupos musicales, coros, orquestas, de ballet o compañías de teatro, deberán designar entre ellos a un representante para el ejercicio del derecho de oposición a que se refiere el artículo anterior.

A falta de tal designación se presume que actúa como representante el director del grupo o compañía.

Artículo 120

Los contratos de interpretación o ejecución deberán precisar los tiempos, períodos, contraprestaciones y demás términos y modalidades bajo los cuales se podrá fijar, reproducir y comunicar al público dicha interpretación o ejecución.

Artículo 121

Salvo pacto en contrario, la celebración de un contrato entre un artista intérprete o ejecutante y un productor de obras audiovisuales para la producción de una obra audiovisual conlleva el derecho de fijar, reproducir y comunicar al público las actuaciones del artista. Lo anterior no incluye el derecho de utilizar en forma separada

el sonido y las imágenes fijadas en la obra audiovisual, a menos que se acuerde expresamente.

Artículo 122

La duración de la protección concedida a los artistas será de cincuenta años contados a partir de:

- I. La primera fijación de la interpretación o ejecución en un fonograma;
- II. La primera interpretación o ejecución de obras no grabadas en fonogramas, o
- III. La transmisión por primera vez a través de la radio, televisión o cualquier medio.

CAPÍTULO III

De los Editores de Libros

Artículo 123

El libro es toda publicación unitaria, no periódica, de carácter literario, artístico, científico, técnico, educativo, informativo o recreativo, impresa en cualquier soporte, cuya edición se haga en su totalidad de una sola vez en un volumen o a intervalos en varios volúmenes o fascículos. Comprenderá también los materiales complementarios en cualquier tipo de soporte, incluido el electrónico, que conformen, conjuntamente con el libro, un todo unitario que no pueda comercializarse separadamente.

Artículo 124

El editor de libros es la persona física o moral que selecciona o concibe una edición y realiza por sí o a través de terceros su elaboración.

Artículo 125

Los editores de libros tendrán el derecho de autorizar o prohibir:

- I. La reproducción directa o indirecta, total o parcial de sus libros, así como la explotación de los mismos;
- II. La importación de copias de sus libros hechas sin su autorización, y
- III. La primera distribución pública del original y de cada ejemplar de sus libros mediante venta u otra manera.

Artículo 126

Los editores de libros gozarán del derecho de exclusividad sobre las características tipográficas y de diagramación para cada libro, en cuanto contengan de originales.

Artículo 127

La protección a que se refiere este capítulo será de 50 años contados a partir de la primera edición del libro de que se trate.

Artículo 128

Las publicaciones periódicas gozarán de la misma protección que el presente capítulo otorga a los libros.

Capítulo IV

De los Productores de Fonogramas

Artículo 129

Fonograma es toda fijación, exclusivamente sonora, de los sonidos de una

interpretación, ejecución o de otros sonidos, o de representaciones digitales de los mismos.

Artículo 130

Productor de fonogramas es la persona física o moral que fija por primera vez los sonidos de una ejecución u otros sonidos o la representación digital de los mismos y es responsable de la edición, reproducción y publicación de fonogramas.

Artículo 131

Los productores de fonogramas tendrán el derecho de autorizar o prohibir:

I. La reproducción directa o indirecta, total o parcial de sus fonogramas, así como la explotación directa o indirecta de los mismos;
II. La importación de copias del fonograma hechas sin la autorización del productor;
III. La distribución pública del original y de cada ejemplar del fonograma mediante venta u otra manera incluyendo su distribución a través de señales o emisiones;
IV. La adaptación o transformación del fonograma, y
V. El arrendamiento comercial del original o de una copia del fonograma, aún después de la venta del mismo, siempre y cuando no se lo hubieren reservado los autores o los titulares de los derechos patrimoniales.

Artículo 132

Los fonogramas deberán ostentar el símbolo (P) acompañado de la indicación del año en que se haya realizado la primera publicación.

La omisión de estos requisitos no implica la pérdida de los derechos que correspondan al productor del fonograma pero lo sujeta a las sanciones establecidas por la ley.

Los productores de fonogramas deberán notificar a las sociedades de gestión colectiva los datos de etiqueta de sus producciones y de las matrices que se exporten, indicando los países en cada caso.

Artículo 133

Una vez que un fonograma haya sido introducido legalmente a cualquier circuito comercial, ni el titular de los derechos patrimoniales, ni los artistas intérpretes o ejecutantes, ni los productores de fonogramas podrán oponerse a su comunicación directa al público, siempre y cuando los usuarios que lo utilicen con fines de lucro efectúen el pago correspondiente a aquéllos.

Artículo 134

La protección a que se refiere este capítulo será de cincuenta años, a partir de la primera fijación de los sonidos en el fonograma.

CAPÍTULO V

De los Productores de Videogramas

Artículos 135

Se considera videograma a la fijación de imágenes asociadas, con o sin sonido incorporado, que den sensación de movimiento, o de una representación digital de

tales imágenes de una obra audiovisual o de la representación o ejecución de otra obra o de una expresión del folclor, así como de otras imágenes de la misma clase, con o sin sonido.

Artículo 136

Productor de videogramas es la persona física o moral que fija por primera vez imágenes asociadas, con o sin sonido incorporado, que den sensación de movimiento, o de una representación digital de tales imágenes, constituyan o no una obra audiovisual.

Artículo 137

El productor goza, respecto de sus videogramas, de los derechos de autorizar o prohibir su reproducción, distribución y comunicación pública.

Artículo 138

La duración de los derechos regulados en este capítulo es de cincuenta años a partir de la primera fijación de las imágenes en el videograma.

CAPÍTULO VI

De los Organismos de Radiodifusión

Artículo 139

Para efectos de la presente Ley, se considera organismo de radiodifusión, la entidad concesionada o permitida capaz de emitir señales sonoras, visuales o ambas, susceptibles de percepción, por parte de una pluralidad de sujetos receptores.

Artículo 140

Se entiende por emisión o transmisión, la comunicación de obras, de sonidos o de sonidos con imágenes por medio de ondas radioeléctricas, por cable, fibra óptica u otros procedimientos análogos. El concepto de emisión comprende también el envío de señales desde una estación terrestre hacia un satélite que posteriormente las difunda.

Artículo 141

Retransmisión es la emisión simultánea por un organismo de radiodifusión de una emisión de otro organismo de radiodifusión.

Artículo 142

Grabación efímera es la que realizan los organismos de radiodifusión, cuando por razones técnicas o de horario y para el efecto de una sola emisión posterior, tienen que grabar o fijar la imagen, el sonido o ambos anticipadamente en sus estudios, de selecciones musicales o partes de ellas, trabajos, conferencias o estudios científicos, obras literarias, dramáticas, coreográficas, dramático-musicales, programas completos y, en general, cualquier obra apta para ser difundida.

Artículo 143

Las señales pueden ser:

I. Por su posibilidad de acceso al público:

- a) Codificadas, cifradas o encriptadas: las que han sido modificadas con el propósito de que sean recibidas y descifradas única y exclusivamente por quienes hayan adquirido previamente ese derecho del organismo de radiodifusión que las emite, y
- b) Libres: las que pueden ser recibidas por cualquier aparato apto para recibir las señales, y

II. Por el momento de su emisión:

- a) De origen: las que portan programas o eventos en vivo, y
- b) Diferidas: las que portan programas o eventos previamente fijados.

Artículo 144

Los organismos de radiodifusión tendrán el derecho de autorizar o prohibir respecto de sus emisiones:

- I. La retransmisión;
- II. La transmisión diferida;
- III. La distribución simultánea o diferida, por cable o cualquier otro sistema;
- IV. La fijación sobre una base material;
- V. La reproducción de las fijaciones, y
- VI. La comunicación pública por cualquier medio y forma con fines directos de lucro.

Artículo 145

Deberá pagar daños y perjuicios la persona que sin la autorización del distribuidor legítimo de la señal:

- I. Descifre una señal de satélite codificada portadora de programas;
- II. Reciba y distribuya una señal de satélite codificada portadora de programas que hubiese sido descifrada ilícitamente, y
- III. Participe o coadyuve en la fabricación, importación, venta, arrendamiento o realización de cualquier acto que permita contar con un dispositivo o sistema que sea de ayuda primordial para descifrar una señal de satélite codificada, portadora de programas.

Artículo 146

Los derechos de los organismos de radiodifusión a los que se refiere este capítulo tendrán una vigencia de 25 años a partir de la primera emisión o transmisión original del programa.

TITULO SEXTO

De las Limitaciones del Derecho de Autor y de los Derechos Conexos

CAPÍTULO I

De la Limitación por Causa de Utilidad Pública

Artículo 147

Se considera de utilidad pública la publicación o traducción de obras literarias o artísticas necesarias para el adelanto de la ciencia, la cultura y la educación nacionales. Cuando no sea posible obtener el consentimiento del titular de los derechos patrimoniales correspondientes, y mediante el pago de una remuneración

compensatoria, el Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Educación Pública, de oficio o a petición de parte, podrá autorizar la publicación o traducción mencionada. Lo anterior será sin perjuicio de los tratados internacionales sobre derechos de autor y derechos conexos suscritos y aprobados por México.

CAPÍTULO

II

De la Limitación a los Derechos Patrimoniales

Artículo

148

Las obras literarias y artísticas ya divulgadas podrán utilizarse, siempre que no se afecte la explotación normal de la obra, sin autorización del titular del derecho patrimonial y sin remuneración, citando invariablemente la fuente y sin alterar la obra, sólo en los siguientes casos:

- I. Cita de textos, siempre que la cantidad tomada no pueda considerarse como una reproducción simulada y sustancial del contenido de la obra;
- II. Reproducción de artículos, fotografías, ilustraciones y comentarios referentes a acontecimientos de actualidad, publicados por la prensa o difundidos por la radio o la televisión, o cualquier otro medio de difusión, si esto no hubiere sido expresamente prohibido por el titular del derecho;
- III. Reproducción de partes de la obra, para la crítica e investigación científica, literaria o artística;
- IV. Reproducción por una sola vez, y en un sólo ejemplar, de una obra literaria o artística, para uso personal y privado de quien la hace y sin fines de lucro. Las personas morales no podrán valerse de lo dispuesto en esta fracción salvo que se trate de una institución educativa, de investigación, o que no esté dedicada a actividades mercantiles;
- V. Reproducción de una sola copia, por parte de un archivo o biblioteca, por razones de seguridad y preservación, y que se encuentre agotada, descatalogada y en peligro de desaparecer;
- VI. Reproducción para constancia en un procedimiento judicial o administrativo, y
- VII. Reproducción, comunicación y distribución por medio de dibujos, pinturas, fotografías y procedimientos audiovisuales de las obras que sean visibles desde lugares públicos.

Artículo

149

Podrán realizarse sin autorización:

- I. La utilización de obras literarias y artísticas en tiendas o establecimientos abiertos al público, que comercien ejemplares de dichas obras, siempre y cuando no hayan cargos de admisión y que dicha utilización no trascienda el lugar en donde la venta se realiza y tenga como propósito único el de promover la venta de ejemplares de las obras, y
- II. La grabación efímera, sujetándose a las siguientes condiciones:
 - a) La transmisión deberá efectuarse dentro del plazo que al efecto se convenga;

b) No debe realizarse con motivo de la grabación, ninguna emisión o comunicación concomitante o simultánea, y

c) La grabación sólo dará derecho a una sola emisión. La grabación y fijación de la imagen y el sonido realizada en las condiciones que antes se mencionan, no obligará a ningún pago adicional distinto del que corresponde por el uso de las obras.

Las disposiciones de esta fracción no se aplicarán en caso de que los autores o los artistas tengan celebrado convenio de carácter oneroso que autorice las emisiones posteriores.

Artículo 150

No se causarán regalías por ejecución pública cuando concurren de manera conjunta las siguientes circunstancias:

I. Que la ejecución sea mediante la comunicación de una transmisión recibida directamente en un aparato monorreceptor de radio o televisión del tipo comúnmente utilizado en domicilios privados;

II. No se efectúe un cobro para ver u oír la transmisión o no forme parte de un conjunto de servicios;

III. No se retransmita la transmisión recibida con fines de lucro, y

IV. El receptor sea un causante menor o una microindustria.

Artículo 151

No constituyen violaciones a los derechos de los artistas intérpretes o ejecutantes, productores de fonogramas, de videogramas u organismos de radiodifusión la utilización de sus actuaciones, fonogramas, videogramas o emisiones, cuando:

I. No se persiga un beneficio económico directo;

II. Se trate de breves fragmentos utilizados en informaciones sobre sucesos de actualidad;

III. Sea con fines de enseñanza o investigación científica, o

IV. Se trate de los casos previstos en los artículos 147, 148 y 149 de la presente Ley.

CAPÍTULO III

Del Dominio Público

Artículo 152

Las obras del dominio público pueden ser libremente utilizadas por cualquier persona, con la sola restricción de respetar los derechos morales de los respectivos autores.

Artículo 153

Es libre el uso de la obra de un autor anónimo mientras el mismo no se dé a conocer o no exista un titular de derechos patrimoniales identificado.

TÍTULO V SÉPTIMO

De los Derechos de Autor sobre los Símbolos Patrios y de las expresiones de las Culturas Populares

CAPÍTULO	I
Disposiciones Generales	
Artículo	154
Las obras a que se refiere este Título están protegidas independientemente de que no se pueda determinar la autoría individual de ellas o que el plazo de protección otorgado a sus autores se haya agotado.	
CAPÍTULO	II
De los Símbolos Patrios	
Artículo	155
El Estado Mexicano es el titular de los derechos morales sobre los símbolos patrios.	
Artículo	156
El uso de los símbolos patrios deberá apegarse a lo establecido por la Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales.	
CAPÍTULO	III
De las Culturas Populares	
Artículo	157
La presente Ley protege las obras literarias, artísticas, de arte popular o artesanal, así como todas las manifestaciones primigenias en sus propias lenguas, y los usos, costumbres y tradiciones de la composición pluricultural que conforman al Estado Mexicano, que no cuenten con autor identificable.	
Artículo	158
Las obras literarias, artística, de arte popular o artesanal; desarrolladas y perpetuadas en una comunidad o etnia originaria o arraigada en la República Mexicana, estarán protegidas por la presente Ley contra su deformación, hecha con objeto de causar demérito a la misma o perjuicio a la reputación o imagen de la comunidad o etnia a la cual pertenecen.	
Artículo	159
Es libre la utilización de las obras literarias, artísticas, de arte popular o artesanal; protegidas por el presente capítulo, siempre que no se contravengan las disposiciones del mismo.	
Artículo	160
En toda fijación, representación, publicación, comunicación o utilización en cualquier forma, de una obra literaria, artística, de arte popular o artesanal; protegida conforme al presente capítulo, deberá mencionarse la comunidad o etnia, o en su caso la región de la República Mexicana de la que es propia.	
Artículo	161
Corresponde al Instituto vigilar el cumplimiento de las disposiciones del presente capítulo y coadyuvar en la protección de las obras amparadas por el mismo.	
TÍTULO	OCTAVO
De los Registros de Derechos	

CAPÍTULO

I

Del Registro Público del Derecho de Autor

Artículo 162

El Registro Público del Derecho de Autor tiene por objeto garantizar la seguridad jurídica de los autores, de los titulares de los derechos conexos y de los titulares de los derechos patrimoniales respectivos y sus causahabientes, así como dar una adecuada publicidad a las obras, actos y documentos a través de su inscripción.

Las obras literarias y artísticas y los derechos conexos quedarán protegidos aun cuando no sean registrados.

Artículo 163

En el Registro Público del Derecho de Autor se podrán inscribir:

- I. Las obras literarias o artísticas que presenten sus autores;
- II. Los compendios, arreglos, traducciones, adaptaciones u otras versiones de obras literarias o artísticas, aun cuando no se compruebe la autorización concedida por el titular del derecho patrimonial para divulgarla. Esta inscripción no faculta para publicar o usar en forma alguna la obra registrada, a menos de que se acredite la autorización correspondiente. Este hecho se hará constar tanto en la inscripción como en las certificaciones que se expidan;
- III. Las escrituras y estatutos de las diversas sociedades de gestión colectiva y las que los reformen o modifiquen;
- IV. Los pactos o convenios que celebren las sociedades mexicanas de gestión colectivas con las sociedades extranjeras;
- V. Los actos, convenios o contratos que en cualquier forma confieran, modifiquen, transmitan, graven o extingan derechos patrimoniales;
- VI. Los convenios o contratos relativos a los derechos conexos;
- VII. Los poderes otorgados para gestionar ante el Instituto, cuando la representación conferida abarque todos los asuntos que el mandante haya de tramitar ante él;
- VIII. Los mandatos que otorguen los miembros de las sociedades de gestión colectiva en favor de éstas;
- IX. Los convenios o contratos de interpretación o ejecución que celebren los artistas intérpretes o ejecutantes, y
- X. Las características gráficas y distintivas de obras.

Artículo 164

El Registro Público del Derecho de Autor tiene las siguientes obligaciones:

- I. Inscribir, cuando proceda, las obras y documentos que le sean presentados;
- II. Proporcionar a las personas que lo soliciten la información de las inscripciones y, salvo lo dispuesto en los párrafos siguientes, de los documentos que obran en el Registro.

Tratándose de programas de computación, de contratos de edición y de obras

inéditas, la obtención de copias sólo se permitirá mediante autorización del titular del derecho patrimonial o por mandamiento judicial.

Cuando la persona o autoridad solicitante requiera de una copia de las constancias de registro, el Instituto expedirá copia certificada, pero por ningún motivo se permitirá la salida de originales del Registro. Las autoridades judiciales o administrativas que requieran tener acceso a los originales, deberán realizar la inspección de los mismos en el recinto del Registro Público del Derecho de Autor.

Cuando se trate de obras fijadas en soportes materiales distintos del papel, la autoridad judicial o administrativa, el solicitante o, en su caso, el oferente de la prueba, deberán aportar los medios técnicos para realizar la duplicación. Las reproducciones que resulten con motivo de la aplicación de este artículo únicamente podrán ser utilizadas como constancias en el procedimiento judicial o administrativo de que se trate, y

III. Negar la inscripción de:

- a) Lo que no es objeto de protección conforme al artículo 14 de esta Ley;
- b) Las obras que son del dominio público;
- c) Lo que ya esté inscrito en el Registro;
- d) Las marcas, a menos que se trate al mismo tiempo de una obra artística y la persona que pretende aparecer como titular del derecho de autor lo sea también de ella;
- e) Las campañas y promociones publicitarias;
- f) La inscripción de cualquier documento cuando exista alguna anotación marginal, que suspenda los efectos de la inscripción, proveniente de la notificación de un juicio relativo a derechos de autor o de la iniciación de una averiguación previa, y
- g) En general los actos y documentos que en su forma o en su contenido contravengan o sean ajenos a las disposiciones de esta Ley.

Artículo 165

El registro de una obra literaria o artística no podrá negarse ni suspenderse bajo el supuesto de ser contraria a la moral, al respeto a la vida privada o al orden público, salvo por sentencia judicial.

Artículo 166

El registro de una obra artística o literaria no podrá negarse ni suspenderse so pretexto de algún motivo político, ideológico o doctrinario.

Artículo 167

Cuando dos o más personas soliciten la inscripción de una misma obra, ésta se inscribirá en los términos de la primera solicitud, sin perjuicio del derecho de impugnación del registro.

Artículo 168

Las inscripciones en el registro establecen la presunción de ser ciertos los hechos y actos que en ellas consten, salvo prueba en contrario. Toda inscripción deja a salvo

los derechos de terceros. Si surge controversia, los efectos de la inscripción quedarán suspendidos en tanto se pronuncie resolución firme por autoridad competente.

Artículo 169

No obstante lo dispuesto en el artículo anterior, los actos, convenios o contratos que se otorguen o celebren por personas con derecho para ello y que sean inscritos en el registro, no se invalidarán en perjuicio de tercero de buena fe, aunque posteriormente sea anulada dicha inscripción.

Artículo 170

En las inscripciones se expresará el nombre del autor y, en su caso, la fecha de su muerte, nacionalidad y domicilio, el título de la obra, la fecha de divulgación, si es una obra por encargo y el titular del derecho patrimonial.

Para registrar una obra escrita bajo seudónimo, se acompañarán a la solicitud en sobre cerrado los datos de identificación del autor, bajo la responsabilidad del solicitante del registro.

El representante del registro abrirá el sobre, con asistencia de testigos, cuando lo pidan el solicitante del registro, el editor de la obra o los titulares de sus derechos, o por resolución judicial. La apertura del sobre tendrá por objeto comprobar la identidad del autor y su relación con la obra. Se levantará acta de la apertura y el encargado expedirá las certificaciones que correspondan.

Artículo 171

Cuando dos a más personas hubiesen adquirido los mismos derechos respecto a una misma obra, prevalecerá la autorización o cesión inscrita en primer término, sin perjuicio del derecho de impugnación del registro.

Artículo 172

Cuando el encargado del registro detecte que la oficina a su cargo ha efectuado una inscripción por error, iniciará de oficio un procedimiento de cancelación o corrección de la inscripción correspondiente, respetando la garantía de audiencia de los posibles afectados.

CAPÍTULO II

De las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo

Artículo 173

La reserva de derechos es la facultad de usar y explotar en forma exclusiva títulos, nombres, denominaciones, características físicas y psicológicas distintivas, o características de operación originales aplicados, de acuerdo con su naturaleza, a alguno de los siguientes géneros:

- I. Publicaciones periódicas: Editadas en partes sucesivas con variedad de contenido y que pretenden continuarse indefinidamente;
- II. Difusiones periódicas: Emitidas en partes sucesivas, con variedad de contenido y susceptibles de transmitirse;
- III. Personajes humanos de caracterización, o ficticios o simbólicos;

IV. Personas o grupos dedicados a actividades artísticas, y
V. Promociones publicitarias: Contemplan un mecanismo novedoso y sin protección tendiente a promover y ofertar un bien o un servicio, con el incentivo adicional de brindar la posibilidad al público en general de obtener otro bien o servicio, en condiciones más favorables que en las que normalmente se encuentra en el comercio; se exceptúa el caso de los anuncios comerciales.

Artículo 174

El Instituto expedirá los certificados respectivos y hará la inscripción para proteger las reservas de derechos a que se refiere el artículo anterior.

Artículo 175

La protección que ampara el certificado a que se refiere el artículo anterior, no comprenderá lo que no es materia de reserva de derechos, de conformidad con el artículo 188 este ordenamiento, aun cuando forme parte del registro respectivo.

Artículo 176

Para el otorgamiento de las reservas de derechos, el Instituto tendrá la facultad de verificar la forma en que el solicitante pretenda usar el título, nombre, denominación o características objeto de reserva de derechos a fin de evitar la posibilidad de confusión con otra previamente otorgada.

Artículo 177

Los requisitos y condiciones que deban cubrirse para la obtención y renovación de las reservas de derechos, así como para la realización de cualquier otro trámite previsto en el presente capítulo, se establecerán en el Reglamento de la presente Ley.

Artículo 178

Cuando dos o más personas presenten a su nombre una solicitud de reserva de derechos, salvo pacto en contrario se entenderá que todos serán titulares por partes iguales.

Artículo 179

Los títulos, nombres, denominaciones o características objeto de reservas de derechos, deberán ser utilizados tal y como fueron otorgados; cualquier variación en sus elementos será motivo de una nueva reserva.

Artículo 180

El Instituto proporcionará a los titulares o sus representantes, o a quien acredite tener interés jurídico, copias simples o certificadas de las resoluciones que se emitan en cualquiera de los expedientes de reservas de derechos otorgadas.

Artículo 181

Los titulares de las reservas de derechos deberán notificar al Instituto las transmisiones de los derechos que amparan los certificados correspondientes.

Artículo 182

El Instituto realizará las anotaciones y, en su caso, expedirá las constancias respectivas en los supuestos siguientes:

- I. Cuando se declare la nulidad de una reserva;
- II. Cuando proceda la cancelación de una reserva;
- III. Cuando proceda la caducidad, y
- IV. En todos aquellos casos en que por mandamiento de autoridad competente así se requiera.

Artículo 183

Las reservas de derechos serán nulas cuando:

- I. Sean iguales o semejantes en grado de confusión con otra previamente otorgada o en trámite;
- II. Hayan sido declarados con falsedad los datos que, de acuerdo con el reglamento, sean esenciales para su otorgamiento;
- III. Se demuestre tener un mejor derecho por un uso anterior, constante e ininterrumpido en México, a la fecha del otorgamiento de la reserva, o
- IV. Se hayan otorgado en contravención a las disposiciones de este capítulo.

Artículo 184

Procederá la cancelación de los actos emitidos por el Instituto, en los expedientes de reservas de derechos cuando:

- I. El solicitante hubiere actuado de mala fe en perjuicio de tercero, o con violación a una obligación legal o contractual;
- II. Se haya declarado la nulidad de una reserva;
- III. Por contravenir lo dispuesto por el artículo 179 esta Ley, se cause confusión con otra que se encuentre protegida;
- IV. Sea solicitada por el titular de una reserva, o
- V. Sea ordenado mediante resolución firme de autoridad competente.

Artículo 185

Las reservas de derechos caducarán cuando no se renueven en los términos establecidos por el presente capítulo.

Artículo 186

La declaración administrativa de nulidad, cancelación o caducidad se podrá iniciar en cualquier tiempo, de oficio por el Instituto, a petición de parte, o del Ministerio Público de la Federación cuando tenga algún interés la Federación. La caducidad a la que se refiere el artículo anterior, no requerirá declaración administrativa por parte del Instituto.

Artículo 187

Los procedimientos de nulidad y cancelación previstos en este capítulo, se substanciarán y resolverán de conformidad con las disposiciones que para tal efecto se establezcan en el Reglamento de la presente Ley.

Artículo 188

No son materia de reserva de derechos:

I. Los títulos, los nombres, las denominaciones, las características físicas o psicológicas, o las características de operación que pretendan aplicarse a alguno de los géneros a que se refiere el artículo 173 la presente Ley, cuando:

a) Por su identidad o semejanza gramatical, fonética, visual o conceptual puedan inducir a error o confusión con una reserva de derechos previamente otorgada o en trámite.

No obstante lo establecido en el párrafo anterior, se podrán obtener reservas de derechos iguales dentro del mismo género, cuando sean solicitadas por el mismo titular;

b) Sean genéricos y pretendan utilizarse en forma aislada;

c) Ostenten o presuman el patrocinio de una sociedad, organización o institución pública o privada, nacional o internacional, o de cualquier otra organización reconocida oficialmente, sin la correspondiente autorización expresa;

d) Reproduzcan o imiten sin autorización, escudos, banderas, emblemas o signos de cualquier país, estado, municipio o división política equivalente;

e) Incluyan el nombre, seudónimo o imagen de alguna persona determinada, sin consentimiento expreso del interesado, o

f) Sean iguales o semejantes en grado de confusión con otro que el Instituto estime notoriamente conocido en México, salvo que el solicitante sea el titular del derecho notoriamente conocido;

II. Los subtítulos;

III. Las características gráficas;

IV. Las leyendas, tradiciones o sucesidos que hayan llegado a individualizarse o que sean generalmente conocidos bajo un nombre que les sea característico;

V. Las letras o los números aislados;

VI. La traducción a otros idiomas, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no reservables;

VII. Los nombres de personas utilizados en forma aislada, excepto los que sean solicitados para la protección de nombres artísticos, denominaciones de grupos artísticos, personajes humanos de caracterización, o simbólicos o ficticios en cuyo caso se estará a lo dispuesto en el inciso e) de la fracción I de este artículo, y

VIII. Los nombres o denominaciones de países, ciudades, poblaciones o de cualquier otra división territorial, política o geográfica, o sus gentilicios y derivaciones, utilizados en forma aislada.

Artículo

189

La vigencia del certificado de la reserva de derechos otorgada a títulos de publicaciones o difusiones periódicas será de un año, contado a partir de la fecha de su expedición.

Para el caso de publicaciones periódicas, el certificado correspondiente se expedirá con independencia de cualquier otro documento que se exija para su circulación.

Artículo 190
La vigencia del certificado de la reserva de derechos será de cinco años contados a partir de la fecha de su expedición cuando se otorgue a:
I. Nombres y características físicas y psicológicas distintivas de personajes, tanto humanos de caracterización como ficticios o simbólicos;
II. Nombres o denominaciones de personas o grupos dedicados a actividades artísticas,
III. Denominaciones y características de operación originales de promociones publicitarias.

Artículo 191
Los plazos de protección que amparan los certificados de reserva de derechos correspondientes, podrán ser renovados por periodos sucesivos iguales. Se exceptúa de este supuesto a las promociones publicitarias, las que al término de su vigencia pasaran a formar parte del dominio público.
La renovación a que se refiere el párrafo anterior, se otorgará previa comprobación fehaciente del uso de la reserva de derechos, que el interesado presente al Instituto dentro del plazo comprendido desde un mes antes, hasta un mes posterior al día del vencimiento de la reserva de derechos correspondiente.
El Instituto podrá negar la renovación a que se refiere el presente artículo, cuando de las constancias exhibidas por el interesado, se desprenda que los títulos, nombres, denominaciones o características, objeto de la reserva de derechos, no han sido utilizados tal y como fueron reservados.

TÍTULO NOVENO

De la Gestión Colectiva de Derechos

CAPÍTULO ÚNICO

De las Sociedades de Gestión Colectiva

Artículo 192
Sociedad de gestión colectiva es la persona moral que, sin ánimo de lucro, se constituye bajo el amparo de esta Ley con el objeto de proteger a autores y titulares de derechos conexos tanto nacionales como extranjeros, así como recaudar y entregar a los mismos las cantidades que por concepto de derechos de autor o derechos conexos se generen a su favor.
Los causahabientes de los autores y de los titulares de derechos conexos, nacionales o extranjeros, residentes en México podrán formar parte de sociedades de gestión colectiva.
Las sociedades a que se refieren los párrafos anteriores deberán constituirse con la finalidad de ayuda mutua entre sus miembros y basarse en los principios de colaboración, igualdad y equidad, así como funcionar con los lineamientos que esta Ley establece y que los convierte en entidades de interés público.

- Artículo 193
Para poder operar como sociedad de gestión colectiva se requiere autorización previa del Instituto, el que ordenará su publicación en el Diario Oficial de la Federación.
- Artículo 194
La autorización podrá ser revocada por el Instituto si existiese incumplimiento de las obligaciones que esta Ley establece para las sociedades de gestión colectiva o si se pusiese de manifiesto un conflicto entre los propios socios que dejara acéfala o sin dirigencia a la sociedad, de tal forma que se afecte el fin y objeto de la misma en detrimento de los derechos de los asociados. En los supuestos mencionados, deberá mediar un previo apercibimiento del Instituto, que fijará un plazo no mayor a tres meses para subsanar o corregir los hechos señalados.
- Artículo 195
Las personas legitimadas para formar parte de una sociedad de gestión colectiva podrán optar libremente entre afiliarse a ella o no; asimismo, podrán elegir entre ejercer sus derechos patrimoniales en forma individual, por conducto de apoderado o a través de la sociedad.
Las sociedades de gestión colectiva no podrán intervenir en el cobro de regalías cuando los socios elijan ejercer sus derechos en forma individual respecto de cualquier utilización de la obra o bien hayan pactado mecanismos directos para dicho cobro.
Por el contrario, cuando los socios hayan dado mandato a las sociedades de gestión colectiva, no podrán efectuar el cobro de las regalías por sí mismos, a menos que lo revoquen.
Las sociedades de gestión colectiva no podrán imponer como obligatoria la gestión de todas las modalidades de explotación, ni la totalidad de la obra o de producción futura.
- Artículo 196
En el caso de que los socios optaran por ejercer sus derechos patrimoniales a través de apoderado, éste deberá ser persona física y deberá contar con la autorización del Instituto. El poder otorgado a favor del apoderado no será sustituible ni delegable.
- Artículo 197
Los miembros de una sociedad de gestión colectiva cuando opten por que la sociedad sea la que realice los cobros a su nombre deberán otorgar a ésta un poder general para pleitos y cobranzas.
- Artículo 198
No prescriben en favor de las sociedades de gestión colectiva y en contra de los socios los derechos o las percepciones cobradas por ellas. En el caso de percepciones o derechos para autores del extranjero se estará al principio de la reciprocidad.

El Instituto otorgará las autorizaciones a que se refiere el artículo 193 concurren las siguientes condiciones:

- I. Que los estatutos de la sociedad de gestión colectiva solicitante cumplan, a juicio del Instituto, con los requisitos establecidos en esta Ley;
- II. Que de los datos aportados y de la información que pueda allegarse el Instituto, se desprenda que la sociedad de gestión colectiva solicitante reúne las condiciones necesarias para asegurar la transparente y eficaz administración de los derechos, cuya gestión le va a ser encomendada, y
- III. Que el funcionamiento de la sociedad de gestión colectiva favorezca los intereses generales de la protección del derecho de autor, de los titulares de los derechos patrimoniales y de los titulares de derechos conexos en el país.

Artículo

200

Una vez autorizadas las sociedades de gestión colectiva por parte del Instituto, estarán legitimadas en los términos que resulten de sus propios estatutos para ejercer los derechos confiados a su gestión y hacerlos valer en toda clase de procedimientos administrativos o judiciales.

Las sociedades de gestión colectiva están facultadas para presentar, ratificar o desistirse de demanda o querrela a nombre de sus socios, siempre que cuenten con poder general para pleitos y cobranzas con cláusula especial para presentar querellas o desistirse de ellas, expedido a su favor y que se encuentre inscrito en el Instituto, sin que sea aplicable lo dispuesto por el artículo 120 del Código Federal de Procedimientos Penales y sin perjuicio de que los autores y que los titulares de derechos derivados puedan coadyuvar personalmente con la sociedad de gestión colectiva que corresponda. En el caso de extranjeros residentes fuera de la República Mexicana se estará a lo establecido en los convenios de reciprocidad respectivos.

Artículo

201

Se deberán celebrar por escrito todos los actos, convenios y contratos entre las sociedades de gestión colectiva y los autores, los titulares de derechos patrimoniales o los titulares de derechos conexos, en su caso, así como entre dichas sociedades y los usuarios de las obras, actuaciones, fonogramas, videogramas o emisiones de sus socios, según corresponda.

Artículo

202

Las sociedades de gestión colectiva tendrán las siguientes finalidades:

- I. Ejercer los derechos patrimoniales de sus miembros;
- II. Tener en su domicilio, a disposición de los usuarios, los repertorios que administre;
- III. Negociar en los términos del mandato respectivo las licencias de uso de los repertorios que administren con los usuarios, y celebrar los contratos respectivos;
- IV. Supervisar el uso de los repertorios autorizados;
- V. Recaudar para sus miembros las regalías provenientes de los derechos de autor o

derechos conexos que les correspondan, y entregárselas previa deducción de los gastos de administración de la Sociedad, siempre que exista mandato expreso; VI. Recaudar y entregar las regalías que se generen en favor de los titulares de derechos de autor o conexos extranjeros, por sí o a través de las sociedades de gestión que los representen, siempre y cuando exista mandato expreso otorgado a la sociedad de gestión mexicana y previa deducción de los gastos de administración; VII. Promover o realizar servicios de carácter asistencial en beneficio de sus miembros y apoyar actividades de promoción de sus repertorios; VIII. Recaudar donativos para ellas así como aceptar herencias y legados, y IX. Las demás que les correspondan de acuerdo con su naturaleza y que sean compatibles con las anteriores y con la función de intermediarias de sus miembros con los usuarios o ante las autoridades.

Artículo

203

Son obligaciones de las sociedades de gestión colectiva:

I. Intervenir en la protección de los derechos morales de sus miembros; II. Aceptar la administración de los derechos patrimoniales o derechos conexos que les sean encomendados de acuerdo con su objeto o fines; III. Inscribir su acta constitutiva y estatutos en el Registro Público del Derecho de Autor, una vez que haya sido autorizado su funcionamiento, así como las normas de recaudación y distribución, los contratos que celebren con usuarios y los de representación que tengan con otras de la misma naturaleza, y las actas y documentos mediante los cuales se designen los miembros de los organismos directivos y de vigilancia, sus administradores y apoderados, todo ello dentro de los treinta días siguientes a su aprobación, celebración, elección o nombramiento, según corresponda;

IV. Dar trato igual a todos los miembros;

V. Dar trato igual a todos los usuarios;

VI. Negociar el monto de las regalías que corresponda pagar a los usuarios del repertorio que administran y, en caso de no llegar a un acuerdo, proponer al Instituto la adopción de una tarifa general presentando los elementos justificativos;

VII. Rendir a sus asociados, anualmente un informe desglosado de las cantidades de cada uno de sus socios haya recibido y copia de las liquidaciones, las cantidades que por su conducto se hubiesen enviado al extranjero, y las cantidades que se encuentren en su poder, pendientes de ser entregadas a los autores mexicanos o de ser enviadas a los autores extranjeros, explicando las razones por las que se encuentren pendientes de ser enviadas. Dichos informes deberán incluir la lista de los miembros de la sociedad y los votos que les corresponden;

VIII. Entregar a los titulares de derechos patrimoniales de autor que representen, copia de la documentación que sea base de la liquidación correspondiente. El derecho a obtener la documentación comprobatoria de la liquidación es irrenunciable, y

IX. Liquidar las regalías recaudadas por su conducto, así como los intereses generados por ellas, en un plazo no mayor de tres meses, contados a partir de la fecha en que tales regalías hayan sido recibidas por la sociedad.

Artículo

204

Son obligaciones de los administradores de la sociedad de gestión colectiva:

I. Responsabilizarse del cumplimiento de las obligaciones de la sociedad a que se refiere el artículo anterior;

II. Responder civil y penalmente por los actos realizados por ellos durante su administración;

III. Entregar a los socios la copia de la documentación a que se refiere la fracción VIII del artículo anterior;

IV. Proporcionar al Instituto y demás autoridades competentes la información y documentación que se requiera a la sociedad, conforme a la Ley;

V. Apoyar las inspecciones que lleve a cabo el Instituto, y

VI. Las demás a que se refieran esta Ley y los estatutos de la sociedad.

Artículo

205

En los estatutos de las sociedades de gestión colectiva se hará constar, por lo menos, lo siguiente:

I. La denominación;

II. El domicilio;

III. El objeto o fines;

IV. Las clases de titulares de derechos comprendidos en la gestión;

V. Las condiciones para la adquisición y pérdida de la calidad de socio;

VI. Los derechos y deberes de los socios;

VII. El régimen de voto:

A) Establecerá el mecanismo idóneo para evitar la sobrerrepresentación de los miembros.

B) Invariablemente, para la exclusión de socios, el régimen de voto será el de un voto por socio y el acuerdo deberá ser del 75% de los votos asistentes a la Asamblea;

VIII. Los órganos de gobierno, de administración, y de vigilancia, de la sociedad de gestión colectiva y su respectiva competencia, así como las normas relativas a la convocatoria a las distintas asambleas, con la prohibición expresa de adoptar acuerdos respecto de los asuntos que no figuren en el orden del día;

IX. El procedimiento de elección de los socios administradores. No se podrá excluir a ningún socio de la posibilidad de fungir como administrador;

X. El patrimonio inicial y los recursos económicos previstos;

XI. El porcentaje del monto de recursos obtenidos por la sociedad, que se destinará a:

a) La administración de la sociedad;

b) Los programas de seguridad social de la sociedad, y

c) Promoción de obras de sus miembros, y

XII. Las reglas a que han de someterse los sistemas de reparto de la recaudación. Tales reglas se basarán en el principio de otorgar a los titulares de los derechos patrimoniales o conexos que representen, una participación en las regalías recaudadas que sea estrictamente proporcional a la utilización actual, efectiva y comprobada de sus obras, actuaciones, fonogramas o emisiones.

Artículo 206

Las reglas para las convocatorias y quórum de las asambleas se deberán apegar a lo dispuesto por esta Ley y su reglamento y por la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Artículo 207

Previo denuncia de por lo menos el diez por ciento de los miembros el Instituto exigirá a las sociedades de gestión colectiva, cualquier tipo de información y ordenará inspecciones y auditorías para verificar que cumplan con la presente Ley y sus disposiciones reglamentarias.

TÍTULO DÉCIMO

Del Instituto Nacional del Derecho de Autor

CAPÍTULO UNICO

Artículo 208

El Instituto Nacional del Derecho de Autor, autoridad administrativa en materia de derechos de autor y derechos conexos, es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública.

Artículo 209

Son funciones del Instituto:

- I. Proteger y fomentar el derecho de autor;
- II. Promover la creación de obras literarias y artísticas;
- III. Llevar el Registro Público del Derecho de Autor;
- IV. Mantener actualizado su acervo histórico, y
- V. Promover la cooperación internacional y el intercambio con instituciones encargadas del registro y protección del derecho de autor y derechos conexos.

Artículo 210

El Instituto tiene facultades para:

- I. Realizar investigaciones respecto de presuntas infracciones administrativas;
- II. Solicitar a las autoridades competentes la práctica de visitas de inspección;
- III. Ordenar y ejecutar los actos provisionales para prevenir o terminar con la violación al derecho de autor y derechos conexos;
- IV. Imponer las sanciones administrativas que sean procedentes, y
- V. Las demás que le correspondan en los términos de la presente Ley, sus reglamentos y demás disposiciones aplicables.

Artículo 211

El Instituto estará a cargo de un Director General que será nombrado y removido por

el Ejecutivo Federal, por conducto del Secretario de Educación Pública, con las facultades previstas en la presente Ley, en sus reglamentos y demás disposiciones aplicables.

Artículo 212

Las tarifas para el pago de regalías serán propuestas por el Instituto a solicitud expresa de las sociedades de gestión colectiva o de los usuarios respectivos.

El Instituto analizará la solicitud tomando en consideración los usos y costumbres en el ramo de que se trate y las tarifas aplicables en otros países por el mismo concepto.

Si el Instituto está en principio de acuerdo con la tarifa cuya expedición se le solicita, procederá a publicarla en calidad de proyecto en el Diario Oficial de la Federación y otorgará a los interesados un plazo de 30 días para formular observaciones. Si no hay oposición, el Instituto procederá a proponer la tarifa y a su publicación como definitiva en el Diario Oficial de la Federación.

Si hay oposición, el Instituto hará un segundo análisis y propondrá la tarifa que a su juicio proceda, a través de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

TÍTULO DÉCIMO PRIMERO

De los Procedimientos

CAPÍTULO I

Del Procedimiento ante Autoridades Judiciales

Artículo 213

Las acciones civiles que se ejerciten en materia de derechos de autor y derechos conexos se fundarán, tramitarán y resolverán conforme a lo establecido en esta Ley, siendo supletorio el Código Federal de Procedimientos Civiles, ante Tribunales Federales.

Artículo 214

En todo juicio en que se impugne una constancia, anotación o inscripción en el registro, será parte el Instituto y sólo podrán conocer de él los tribunales federales.

Artículo 215

Corresponde conocer a los Tribunales de la Federación de los delitos relacionados con el derecho de autor previstos en el Título Vigésimo Sexto del Código Penal para el Distrito Federal en Materia de Fuero Común y para toda la República en Materia de Fuero Federal.

Artículo 216

Las autoridades judiciales darán a conocer al Instituto la iniciación de cualquier juicio en materia de derechos de autor.

Asimismo, se enviará al Instituto una copia autorizada de todas las resoluciones firmes que en cualquier forma modifiquen, graven, extingan o confirmen los derechos de autor sobre una obra u obras determinadas. En vista de estos documentos se harán en el registro las anotaciones provisionales o definitivas que correspondan.

CAPÍTULO

II

Del Procedimiento de Avenencia

Artículo

217

Las personas que consideren que son afectados en alguno de los derechos protegidos por esta Ley, podrán optar entre hacer valer las acciones judiciales que les correspondan o sujetarse al procedimiento de avenencia.

El procedimiento administrativo de avenencia es el que se substancia ante el Instituto, a petición de alguna de las partes para dirimir de manera amigable un conflicto surgido con motivo de la interpretación o aplicación de esta Ley.

Artículo

218

El procedimiento administrativo de avenencia lo llevará a cabo el Instituto conforme a lo siguiente:

I. Se iniciará con la queja, que por escrito presente ante el Instituto quien se considere afectado en sus derechos de autor, derechos conexos y otros derechos tutelados por la presente Ley;

II. Con la queja y sus anexos se dará vista a la parte en contra de la que se interpone, para que la conteste dentro de los diez días siguientes a la notificación;

III. Se citará a las partes a una junta de avenencia, apercibiéndolas que de no asistir se les impondrá una multa de cien veces el salario mínimo general diario vigente en el Distrito Federal. Dicha junta se llevará a cabo dentro de los veinte días siguientes a la presentación de la queja;

IV. En la junta respectiva el Instituto tratará de avenir a las partes para que lleguen a un arreglo. De aceptarlo ambas partes, la junta de avenencia puede diferirse las veces que sean necesarias a fin de lograr la conciliación. El convenio firmado por las partes y el Instituto tendrá el carácter de cosa juzgada y título ejecutivo;

V. Durante la junta de avenencia, el Instituto no podrá hacer determinación alguna sobre el fondo del asunto, pero sí podrá participar activamente en la conciliación;

VI. En caso de no lograrse la avenencia, el Instituto exhortará a las partes para que se acojan al arbitraje establecido en el Capítulo III de este Título;

Las actuaciones dentro de este procedimiento tendrán el carácter de confidenciales y, por lo tanto, las constancias de las mismas sólo serán enteradas a las partes del conflicto o a las autoridades competentes que las soliciten.

CAPÍTULO

III

Del Arbitraje

Artículo

219

En el caso de que surja alguna controversia sobre los derechos protegidos por esta Ley, las partes podrán someterse a un procedimiento de arbitraje, el cual estará regulado conforme a lo establecido en este Capítulo, sus disposiciones reglamentarias y, de manera supletoria, las del Código de Comercio.

- Artículo 220
Las partes podrán acordar someterse a un procedimiento arbitral por medio de:
I. Cláusula Compromisoria: El acuerdo de arbitraje incluido en un contrato celebrado con obras protegidas por esta Ley o en un acuerdo independiente referido a todas o ciertas controversias que puedan surgir en el futuro entre ellos, y
II. Compromiso Arbitral: El acuerdo de someterse al procedimiento arbitral cuando todas o ciertas controversias ya hayan surgido entre las partes al momento de su firma.
Tanto la cláusula compromisoria como el compromiso arbitral deben constar invariablemente por escrito.
- Artículo 221
El Instituto publicará en el mes de enero de cada año una lista de las personas autorizadas para fungir como árbitros.
- Artículo 222
El grupo arbitral se formará de la siguiente manera:
I. Cada una de las parte elegirá a un árbitro de la lista que proporcionen el Instituto;
II. Cuando sean más de dos partes las que concurren, se deberán poner de acuerdo entre ellas para la designación de los árbitros, en caso de que no haya acuerdo, el Instituto designará a los dos árbitros, y
III. Entre los dos árbitros designados por las partes elegirán, de la propia lista al presidente del grupo.
- Artículo 223
Para ser designado árbitro se necesita:
I. Ser Licenciado en Derecho;
II. Gozar de reconocido prestigio y honorabilidad;
III. No haber prestado durante los cinco años anteriores sus servicios en alguna sociedad de gestión colectiva;
IV. No haber sido abogado patrono de alguna de las partes;
V. No haber sido sentenciado por delito doloso grave;
VI. No ser pariente consanguíneo o por afinidad de alguna de las partes hasta el cuarto grado, o de los directivos en caso de tratarse de persona moral, y
VII. No ser servidor público.
- Artículo 224
El plazo máximo del arbitraje será de 60 días, que comenzará a computarse a partir del día siguiente a la fecha señalada en el documento que contenga la aceptación de los árbitros.
- Artículo 225
El procedimiento arbitral podrá concluir con el laudo que lo dé por terminado o por acuerdo entre las partes antes de dictarse éste.

Artículo 226
Los laudos del grupo arbitral:
I. Se dictarán por escrito;
II. Serán definitivos, inapelables y obligatorios para las partes;
III. Deberán estar fundados y motivados, y
IV. Tendrán el carácter de cosa juzgada y título ejecutivo.

Artículo 227
Dentro de los cinco días siguientes a la notificación del laudo, cualquiera de las partes podrá requerir del grupo arbitral, notificando por escrito al Instituto y a la otra parte, que aclare los puntos resolutivos del mismo, rectifique cualquier error de cálculo, tipográfico o cualquier otro de naturaleza similar, siempre y cuando no se modifique el sentido del mismo.

Artículo 228
Los gastos que se originen con motivo del procedimiento arbitral serán a cargo de las partes. El pago de honorarios del grupo arbitral será cubierto conforme al arancel que expida anualmente el Instituto.

TÍTULO DÉCIMO SEGUNDO

De los Procedimientos Administrativos

CAPÍTULO I

De las Infracciones en Materia de Derechos de Autor

Artículo 229

Son infracciones en materia de derecho de autor:

- I. Celebrar el editor, empresario, productor, empleador, organismo de radiodifusión o licenciataria un contrato que tenga por objeto la transmisión de derechos de autor en contravención a lo dispuesto por la presente Ley;
- II. Infringir el licenciataria los términos de la licencia obligatoria que se hubiese declarado conforme al artículo 146 la presente Ley;
- III. Ostentarse como sociedad de gestión colectiva sin haber obtenido el registro correspondiente ante el Instituto;
- IV. No proporcionar, sin causa justificada, al Instituto, siendo administrador de una sociedad de gestión colectiva los informes y documentos a que se refieren los artículos 204 fracción IV y 207 de la presente Ley;
- V. No insertar en una obra publicada las menciones a que se refiere el artículo 17 de la presente Ley;
- VI. Omitir o insertar con falsedad en una edición los datos a que se refiere el artículo 53 de la presente Ley;
- VII. Omitir o insertar con falsedad las menciones a que se refiere el artículo 54 de la presente Ley;
- VIII. No insertar en un fonograma las menciones a que se refiere el artículo 132 de la presente Ley;

- IX. Publicar una obra, estando autorizado para ello, sin mencionar en los ejemplares de ella el nombre del autor, traductor, compilador, adaptador o arreglista;
- X. Publicar una obra, estando autorizado para ello, con menoscabo de la reputación del autor como tal y, en su caso, del traductor, compilador, arreglista o adaptador;
- XI. Publicar antes que la Federación, los Estados o los Municipios y sin autorización las obras hechas en el servicio oficial;
- XII. Emplear dolosamente en una obra un título que induzca a confusión con otra publicada con anterioridad;
- XIII. Fijar, representar, publicar, efectuar alguna comunicación o utilizar en cualquier forma una obra literaria y artística, protegida conforme al capítulo III, del Título VII, de la presente Ley, sin mencionar la comunidad o etnia, o en su caso la región de la República Mexicana de la que es propia, y
- XIV. Las demás que se deriven de la interpretación de la presente Ley y sus reglamentos.

Artículo 230

Las infracciones en materia de derechos de autor serán sancionadas por el Instituto con arreglo a lo dispuesto por la Ley Federal de Procedimiento Administrativo con multa:

- I. De cinco mil hasta quince mil días de salario mínimo en los casos previstos en las fracciones I, II, III, IV, XI, XII, XIII y XIV del artículo anterior, y
- II. De mil hasta cinco mil días de salario mínimo en los demás casos previstos en el artículo anterior.

Se aplicará multa adicional de hasta quinientos días de salario mínimo por día, a quien persista en la infracción.

CAPÍTULO II

De las Infracciones en Materia de Comercio
Artículo 231

Constituyen infracciones en materia de comercio las siguientes conductas cuando sean realizadas con fines de lucro directo o indirecto:

- I. Comunicar o utilizar públicamente una obra protegida por cualquier medio, y de cualquier forma sin la autorización previa y expresa del autor, de sus legítimos herederos o del titular del derecho patrimonial de autor;
- II. Utilizar la imagen de una persona sin su autorización o la de sus causahabientes;
- III. Producir, reproducir, almacenar, distribuir, transportar o comercializar copias de obras, fonogramas, videogramas o libros, protegidos por los derechos de autor o por los derechos conexos, sin la autorización de los respectivos titulares en los términos de esta ley;
- IV. Ofrecer en venta, almacenar, transportar o poner en circulación obras protegidas por esta Ley que hayan sido deformadas, modificadas o mutiladas sin autorización del titular del derecho de autor;

V. Importar, vender, arrendar o realizar cualquier acto que permita tener un dispositivo o sistema cuya finalidad sea desactivar los dispositivos electrónicos de protección de un programa de computación;

VI. Retransmitir, fijar, reproducir y difundir al público emisiones de organismos de radiodifusión y sin la autorización debida;

VII. Usar, reproducir o explotar una reserva de derechos protegida o un programa de cómputo sin el consentimiento del titular;

VIII. Usar o explotar un nombre, título, denominación, características físicas o psicológicas, o características de operación de tal forma que induzcan a error o confusión con una reserva de derechos protegida;

IX. Utilizar las obras literarias y artísticas protegidas por el capítulo III, del Título VII de la presente Ley en contravención a lo dispuesto por el artículo 158 de la misma, y

X. Las demás infracciones a las disposiciones de la Ley que impliquen conducta a escala comercial o industrial relacionada con obras protegidas por esta Ley.

Artículo 232

Las infracciones en materia de comercio previstos en la presente Ley serán sancionados por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial con multa:

I. De cinco mil hasta diez mil días de salario mínimo en los casos previstos en las fracciones I, III, IV, V, VII, VIII y IX del artículo anterior;

II. De mil hasta cinco mil días de salario mínimo en los casos previstos en las fracciones II y VI del artículo anterior, y

III. De quinientos hasta mil días de salario mínimo en los demás casos a que se refiere la fracción X del artículo anterior.

Se aplicará multa adicional de hasta quinientos días de salario mínimo general vigente por día, a quien persista en la infracción.

Artículo 233

Si el infractor fuese un editor, organismo de radiodifusión, o cualquier persona física o moral que explote obras a escala comercial, la multa podrá incrementarse hasta en un cincuenta por ciento respecto de las cantidades previstas en el artículo anterior.

Artículo 234

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial sancionará las infracciones materia de comercio con arreglo al procedimiento y las formalidades previstas en los Títulos Sexto y Séptimo de la Ley de la Propiedad Industrial.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial podrá adoptar las medidas precautorias previstas en la Ley de Propiedad Industrial.

Para tal efecto, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, tendrá las facultades de realizar investigaciones; ordenar y practicar visitas de inspección; requerir información y datos.

Artículo 235

En relación con las infracciones en materia de comercio, el Instituto Mexicano de la

Propiedad Industrial queda facultado para emitir una resolución de suspensión de la libre circulación de mercancías de procedencia extranjera en frontera, en los términos de lo dispuesto por la Ley Aduanera.

Artículo 236

Para la aplicación de las sanciones a que se refiere este Título se entenderá como salario mínimo el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal en la fecha de la comisión de la infracción.

CAPÍTULO III

De la Impugnación Administrativa

Artículo 237

Los afectados por los actos y resoluciones emitidos por el Instituto que pongan fin a un procedimiento administrativo, a una instancia o resuelvan un expediente, podrán interponer recurso de revisión en los términos de la Ley Federal del Procedimiento Administrativo.

Artículo 238

Los interesados afectados por los actos y resoluciones emitidos por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial por las infracciones en materia de comercio que pongan fin a un procedimiento administrativo, a una instancia o resuelvan un expediente, podrán interponer los medios de defensa establecidos en la Ley de la Propiedad Industrial.

TRANSITORIOS

Artículo Primero

La presente Ley entrará en vigor a los noventa días siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Artículo Segundo

Se abroga la Ley Federal sobre el Derecho de Autor publicada en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 1956, sus reformas y adiciones publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 21 de diciembre de 1963 y sus posteriores reformas y adiciones.

Artículo Tercero

Las personas morales actualmente inscritas en el Registro Público del Derecho de Autor, que tienen el carácter de sociedades de autores o de artistas intérpretes o ejecutantes, podrán ajustar sus estatutos a lo previsto por la presente Ley en un término de sesenta días hábiles siguientes a su entrada en vigor.

Artículo Cuarto

Los recursos administrativos de reconsideración que se encuentren en trámite, a la entrada en vigor de esta Ley, se resolverán conforme a la Ley Federal de Derechos de Autor que se abroga.

Artículo Quinto

Los procedimientos de avenencia iniciados bajo la vigencia de la Ley Federal de

Derechos de Autor que se abroga, se sustanciarán de conformidad con la misma, excepto aquellos cuya notificación inicial no se haya efectuado al momento de entrada en vigor de la presente Ley, los cuales se sujetarán a ésta.

Artículo

Sexto

Las reservas de derechos otorgadas bajo la vigencia de la Ley Federal de Derechos de Autor que se abroga, continuarán en vigor en los términos señalados en la misma, pero la simple comprobación de uso de la reserva, cualquiera que sea su naturaleza, sujetará la misma a las disposiciones de la presente Ley.

Las reservas de derechos previstas en la Ley Federal de Derechos de Autor que se abroga y que no se encuentren previstas en la presente Ley, quedarán insubsistentes una vez agotados los plazos de protección a los que se refiere la Ley abrogada.

Artículo séptimo

Los recursos humanos con los que actualmente cuenta la Dirección General del Derecho de Autor, pasarán a formar parte del Instituto Nacional del Derecho de Autor. Los derechos de los trabajadores serán respetados conforme a la ley y en ningún caso serán afectados por las disposiciones contenidas en esta Ley.

Artículo

Octavo

Los recursos financieros y materiales que están asignados a la Dirección General del Derecho de Autor serán reasignados al Instituto Nacional del Derecho de Autor, con la intervención de la Oficialía Mayor de la Secretaría de Educación Pública y de acuerdo a las disposiciones que al efecto dicte el Secretario de Educación Pública.

Artículo

Noveno

Dentro de los 30 días posteriores a la entrada en vigor de esta Ley, el Instituto expedirá la lista de árbitros y la tarifa del procedimiento arbitral, las que por esta única vez tendrán vigencia hasta el 31 de diciembre de 1997.

México, D.F., a 5 de diciembre de 1996.- Dip. Sara Esther Muza Simón, Presidente.- Sen. Laura Pavón Jaramillo, Presidenta.- Dip. José Luis Martínez Álvarez, Secretario.- Sen. Angel Ventura Valle, Secretario.- Rúbricas."

En cumplimiento de lo dispuesto por la fracción I del Artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y para su debida publicación y observancia, expido el presente Decreto en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los dieciocho días del mes de diciembre de mil novecientos noventa y seis.- Ernesto Zedillo Ponce de León.- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, Emilio Chuayffet Chemor.- Rúbrica

DECRETO QUE DISPONE QUE LOS EDITORES DE LIBROS DEBERAN REMITIR DOS EJEMPLARES A LAS BIBLIOTECAS NACIONALES Y DEL CONGRESO DE LA UNIÓN, DE CADA UNA DE LAS EDICIONES DE LOS LIBROS, PERIÓDICOS Y REVISTAS QUE PUBLIQUEN CON FINES COMERCIALES

ART 1.- Todos los editores del país tienen la obligación de enviar a la Biblioteca Nacional y a la del H. Congreso de la Unión, dos ejemplares de cada una de las ediciones de los libros, periódicos y revistas que publiquen con fines comerciales; quedarán igualmente obligados a entregar dos ejemplares mencionados, los autores que lleven a cabo la publicación de sus obras con la misma finalidad comercial.

ART 2.- Estarán sujetas a idéntico régimen las publicaciones que se distribuyan gratuitamente, cuando se trate de obras educativas, didácticas, técnicas o científicas de interés general.

ART 3.- La Dirección General del Derecho de Autor de la Secretaría de Educación Pública, enviará mensualmente una relación de las obras registradas en esa dependencia, a las Bibliotecas Nacional y del Congreso de la Unión.

ART 4.- La Biblioteca Nacional, y la Biblioteca del H. Congreso de la Unión comunicarán, con las constancias debidas, a la Dirección General del Derecho de Autor, los casos en que el autor o el editor falten al cumplimiento de la obligación prevista en el presente decreto, y en un plazo de treinta días, contando a partir de la fecha en que los infractores sean notificados por esta Dirección, si no cumplen con la entrega de los ejemplares esta propia dependencia queda facultada para imponerles una multa equivalente a diez veces el valor de venta al público de la obra que se dejó de remitir, sin que sea menor de cien pesos ni mayor de diez mil. Tratándose obras de distribución gratuita, la sanción para los remisos será de cincuenta a mil pesos.

ART 5.- El monto de las multas impuestas será entregado a las bibliotecas afectadas por las omisiones de los autores o editores, a efecto de que lo dediquen a la adquisición del material de lectura conveniente. (D.O.F. 3 de Febrero 1958)

ACUERDO NÚMERO 112 POR EL QUE SE DETERMINA EL DESTINO DE LOS EJEMPLARES DE LAS OBRAS QUE SE DEPOSITAN EN LA DIRECCIÓN GENERAL DEL DERECHO DE AUTOR.

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 16 y 38 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y

CONSIDERANDO

Que la Dirección General del Derecho de Autor recibe de las personas que se dedican habitual y comercialmente a actividades editoriales, ejemplares de las obras que producen, los cuales quedan bajo su custodia, constituyendo por tanto un archivo muerto, siendo que pueden aprovecharse quedando depositados en las bibliotecas públicas

administradas por la Secretaría de Educación Pública, así como de las escuelas que de ella dependen, con el propósito de que pueden ser consultados por los lectores interesados;

Que de esa manera se facilitará el acceso a la cultura para los usuarios de las bibliotecas y alumnos de las escuelas, dando un apoyo más al Programa Nacional de Bibliotecas;

Que se ha considerado conveniente autorizar a la Dirección General del Derecho de Autor para transferir los ejemplares de referencia a la Dirección General de Publicaciones y Bibliotecas y a escuelas que dependan de la Secretaría de Educación Pública;

Que por todo lo anterior, he tenido a bien dictar el siguiente:

ACUERDO

ART 1.- Se autoriza a la Dirección General del Derecho de Autor, dependiente de la Subsecretaría de Cultura, para que transfiera en calidad de depósito a la Dirección General de Publicaciones y Bibliotecas y a las escuelas que dependan de la Secretaría de Educación Pública, los ejemplares que depositen las personas que habitual y comercialmente se dedican a actividades editoriales, para acreditar que contienen las menciones de ley y demás ejemplares que reciba dicha dependencia, excepto los que formen parte del Registro Público del Derecho de Autor.

ART 2.- La Dirección General de Publicaciones y Bibliotecas y las escuelas receptoras destinarán los ejemplares que les transfiera la Dirección General del Derecho de Autor a incrementar el acervo de ejemplares de las bibliotecas a su cargo.

ART 3.- Las dependencias transferidas y receptoras llevarán un adecuado control de las transferencias que se lleven a cabo. (20 Marzo 1984)

REGLAMENTO SOBRE PUBLICACIONES Y REVISTAS ILUSTRADAS

REGLAMENTO SOBRE PUBLICACIONES Y REVISTAS ILUSTRADAS
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

CONSIDERANDO

Que en el "Diario Oficial" de fecha 12 de junio de 1951 se publicó el "Reglamento de los artículos 4º. Y 6º. Fracción VII de la Ley Orgánica de la Educación Pública, sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas en lo tocante a la cultura y a la educación", y que este Reglamento recogió como finalidad esencial la de establecer normas protectoras de la cultura y la educación en el país, pugnando por mantener a las publicaciones todas como vehículos que defiendan de modo positivo la cultura y la educación en beneficio de la sociedad en general, evitando las publicaciones que socaven o destruyan la base moral de la familia.

Que la preocupación sobre la materia obedeció asimismo a las circunstancias internacionales que dieron lugar a la Convención para Reprimir la Circulación y el Tráfico Publicaciones Obscenas, celebrada en Ginebra el 12 de septiembre de 1923, suscrita por México y ratificada por el Senado de la República, el 31 de diciembre de 1946, y en cumplimiento de su obligación internacional México se ha desempeñado en vigilar que las publicaciones se mantengan dentro de los márgenes de respeto a la vida privada, a la moral y a la educación.

Que en el "Diario Oficial" de 29 de noviembre de 1973, se publicó la Ley Federal de Educación que recoge fundamentalmente en los artículos 2º., 4º, y 14 la filosofía de su antecedente, o sea, de la Ley Orgánica de la Educación Pública, a fin de mantener protegidos los valores sociales ya indicados.

Que en el "Diario Oficial" de fecha 21 de abril de 1977 se publicó el "Decreto por el que se modifican la denominación del Reglamento de los artículos 4º, y 6º. Fracción VII de la Ley Orgánica de la Educación Pública", para definirlo como "Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas", y estableciendo en el artículo 4º. Que los integrantes de la Comisión Calificadora serán designados por el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Gobernación, con objeto de mantener congruencia en la sucesión de normas protectoras a la educación y la cultura, y tomando en consideración además la redistribución de competencias que señala la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, que asigna a la Secretaría de Gobernación la facultad de vigilar que las publicaciones impresas se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la paz moral públicas, y a la

dignidad personal, y no ataquen los derechos de terceros ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden público.

Que lo anterior se considera necesario actualizar las normas que permitan una mayor y mejor protección a los bienes y valores sociales antes mencionados, he tenido a bien expedir el siguiente:

REGLAMENTO SOBRE PUBLICACIONES Y REVISTAS ILUSTRADAS

Art 1º.- La Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas a que se refieren los considerandos anteriores, tendrá a su cargo la aplicación de este Reglamento.

Art 2º.- La Comisión estará integrada por cinco miembros, designados por el Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Gobernación, uno de los cuales fungirá como Presidente.

Art 3º.- La Comisión Calificadora podrá sesionar con tres de sus miembros, debiendo ser uno de ellos el Presidente de la misma, y decidirá los asuntos de su competencia por mayoría de votos de los que la integran.

Art 4º.- La Comisión contará con un Secretario para levantar actas, notificar y llevar a cabo la tramitación administrativa general, así como para desahogar todas las encomiendas que dispongan la Comisión o la Presidencia de la misma.

EL Secretario tendrá voz, más no voto, y no podrá ser designado de entre las personas que integren la Comisión Calificadora.

Art 5º.- Son facultades de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas:

- a) .- Examinar de oficio o a petición de parte de las publicaciones y revistas ilustradas;
- b) .- Declarar la licitud de título o contenido de las publicaciones y revistas ilustradas; o su licitud, cuando se compruebe de que manera ostensible y grave aparece alguno de los inconvenientes que menciona el artículo 6º. De este Reglamento.
- c) .- Enviar copia certificada de las resoluciones de ilicitud a la Dirección General de Correos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para los efectos del artículo 441 de la Ley de Vías Generales de Comunicación;
- d) .- Comunicar las resoluciones de ilicitud a la Dirección General de

- Derechos de Autor de la Secretaría de Educación Pública, así como a las autoridades que deban coadyuvar en el cumplimiento de sus resoluciones;
- e) .- Poner en conocimiento del Ministerio Público Federal, las publicaciones que en su concepto sean delictuosas, enviando el dictamen respectivo;
 - f) .- Poner en conocimiento del Ministerio Público Federal, las publicaciones que en su concepto sean delictuosas, enviando el dictamen respectivo;
 - g) .- Imponer las sanciones a que se refiere este Reglamento;
 - h) .- Auxiliar a otras autoridades que lo soliciten, emitiendo opinión fundada en todo lo relacionado a la competencia de la Comisión.

ART. 6.- Se consideran contrarios a la moral pública y a la educación el título o contenido de las publicaciones y revistas ilustradas por:

I.- Contener escritos, dibujos, grabados, pinturas, imágenes, anuncios, emblemas, fotografías y todo aquello que directa o indirectamente induzca o fomente vicios o constituya por sí mismo delito;

II.- Adoptar temas capaces de dañar la actitud favorable al trabajo y al entusiasmo por el estudio;

III.- Describir aventuras en las cuales, eludiendo las leyes y el respeto instituciones establecidas, los protagonistas obtengan éxito en sus empresas;

IV.- Proporcionar enseñanza de los procedimientos utilizados para la ejecución de hechos contrarios a las leyes, la moral o las buenas costumbres;

V.- Contener relatos por cuya intención o por la calidad de los personajes, provoquen directa o indirectamente desprecio o rechazo para el pueblo mexicano, sus aptitudes, costumbres y tradiciones;

VI.- Utilizar textos en los que sistemáticamente se empleen expresiones contrarias a la corrección del idioma, y

VII.- Insertar artículos o cualquier otro contenido que por sí solos, adolezcan de los inconvenientes mencionados en cualquiera de las fracciones anteriores.

ART 7.- Las publicaciones de contenido marcadamente referente al sexo, no presentarán en la portada o contraportada, desnudos, ni expresiones de cualquier

índole contrarios a la moral y a la educación; ostentarán en lugar visible que son propias para adultos y sólo, podrán exhibirse en bolsas de plástico cerradas.

ART 8.- Si del examen de la publicación se determina que el título o contenido presenta alguno de los inconvenientes a que se refiere el artículo 6°. De este Reglamento, el infractor será citado a audiencia, señalándose fecha y hora para ser oído y rendir las pruebas que estimen pertinentes, así como para que se alegue lo que a su derecho convenga, formulándose el acta correspondiente, y la Comisión resolverá lo conducente.

La citación para dicha audiencia se hará cuando menos con cinco días hábiles de anticipación, indicando en la misma el motivo de la infracción.

Si en la audiencia se ofrecen pruebas que por su naturaleza no puedan rendirse de modo inmediato, la Comisión Calificadora fijará nueva fecha para su desahogo.

Si la persona citada debidamente, no comparece a la audiencia, se levantará acta circunstanciada y el procedimiento se seguirá por todos sus trámites hasta dictar la resolución que corresponda.

ART 9.- Las personas que dirijan, editen, publiquen, importen, distribuyan o vendan las publicaciones y revistas ilustradas a que se refiere el artículo 6°. Excepto tratándose de voceadores o papeleros, serán sancionadas administrativamente con:

I.- Multa de \$ 500.00 a \$ 100,000.00 o arresto hasta por 36 horas, según las circunstancias personales del infractor, los móviles de su conducta y la gravedad o magnitud del hecho;

II.- Multa de \$ 10,000.00 a \$ 100,000.00 a quien haga uso indebido de un certificado de licitud de título o contenido que hubiera sido revocado;

III.- Suspensión hasta por un año del uso del título y edición de la publicación;

IV.- Por violación a cualquier norma de este Reglamento que no tenga una sanción específica, se impondrá a juicio de la Comisión multa de \$ 1,000.00 a \$ 50,000.00

En caso de reincidencia las multas podrán ser duplicadas.

En el supuesto de que la multa no se cubra se substituirá por arresto hasta de

quince días.

ART 10.- Para el registro del título o de la cabeza o del contenido de las publicaciones periódicas en la Dirección de Derechos de Autor, es necesario que la Comisión Calificadora declare que las mismas están exentas de los defectos mencionados en el artículo 6º. De este Reglamento al expedir el certificado correspondiente. Sobre el contenido de las publicaciones deberá solicitarse el certificado correspondiente. Sobre el contenido de las publicaciones deberá solicitarse el certificado dentro de los 30 días naturales siguientes a la fecha de su primera edición.

ART 11.- Los propietarios, directores o editores de publicaciones, en todo tiempo podrán solicitar de la Comisión Calificadora, que dictamine sobre la licitud.

ART 12.- La Dirección General de Correos sólo permitirá la circulación postal de publicaciones periódicas, siempre que a la solicitud correspondiente se acompañe certificado de licitud expedido por la Comisión Calificadora.

ART 13.- La solicitud de licitud de título y contenido deberá hacerse por escrito; anexando para los efectos del primero, la constancia expedida por la Dirección General de Derechos de Autor, de que no existe inconveniente legal en su materia para que se conceda la reserva de derechos de uso exclusivo del título o cabeza correspondiente, y para el segundo, cinco ejemplares, en su caso, de los tres últimos números.

La declaración de ilicitud del contenido, lleva implícita la del título correspondiente, entendiéndose con ello, cancelado este último.

ART 14.- Recibida la solicitud o cuando el examen se haga de oficio, se procederá al estudio del título o contenido, para determinar si contienen alguno de los inconvenientes previstos en el artículo 6º. De este Reglamento. Si no muestra inconveniente alguno, la Comisión declarará la licitud de título y/o contenido, expidiéndose el certificado respectivo, previo pago de los derechos correspondientes.

ART 15.- Las resoluciones en donde se declare que el título o contenido de las publicaciones adolece de alguno de los inconvenientes a que alude el artículo 6º. De este Reglamento, así como aquellas en que se declare la licitud, deberán ser notificadas al interesado o a su legítimo representante, cuando esté autorizado para recibir notificaciones.

ART 16.- Toda persona que por algún motivo legal intervenga en el procedimiento a que se refiere este Reglamento, deberá designar domicilio desde su primer escrito, e

informar de los cambios del mismo.

ART 17.- las notificaciones se harán personalmente o por correo certificado con acuse de recibo. Si se desconoce el domicilio de quien debe ser notificado, dicha notificación se hará en los estrados de la Comisión.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- Este Reglamento entrará en vigor a partir del tercer día siguiente a su publicación en el "Diario Oficial" de la Federación

SEGUNDO.- Se abrogan el Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas de 15 de marzo de 1951, publicado en el "Diario Oficial" el 12 de junio del mismo año y el Decreto por el que se modifican, de fecha 19 de abril de 1977, publicado en dicho Diario el 21 del mismo mes y año.

Dado en la residencia del Poder Ejecutivo, en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los diez días del mes de julio de 1981. José López Portillo Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, Enrique Olivares Santana Rúbrica.- El Secretario de Hacienda y Crédito Público, David Ibarra Muñoz Rúbrica.- El Secretario de Comunicaciones y Transportes Emilio Mújica Montoya Rúbrica.- El Secretario de Educación Pública, Fernando Solana Morales Rúbrica.

DECRETO por el que se deroga el diverso e fecha 23 de noviembre de 1982, relativo a publicaciones y objetos obscenos.

DECRETO

ARTÍCULO ÚNICO.- Se deroga el Decreto de fecha 23 de noviembre de 1982, publicado en el Diario Oficial de la Federación de 26 del mismo mes y año, relativo a publicaciones y objetos obscenos y quedan sin efecto las adiciones y reformas que contiene su texto.

TRANSITORIO

ÚNICO.- El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación

Dado en la Residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México Distrito Federal, a los diez días del mes de diciembre de 1982.- Miguel de la Madrid Hurtado Rúbrica.- El Secretario de Gobernación Manuel Bartlett Rúbrica.- El Secretario de Hacienda y Crédito Público Jesús Silva Herzog Rúbrica.- El Secretario de Comunicaciones y Transportes Rodolfo Félix Valdez Rúbrica.- El Secretario de Educación Pública Jesús Reyes Heróles Rúbrica.