



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ARAGÓN**

REVISTA IMPRESA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA Y
ENTRETENIMIENTO ENFOCADA AL MEDIO
AMBIENTE "ECOKIDS" PARA NIÑOS DE 9 A 12 AÑOS

QUE PARA OBTENER EL GRADO
DE LICENCIADAS
EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
PRESENTAN:

**HERNÁNDEZ RAMÍREZ MARÍA ANABEL
VÁZQUEZ CÁRDENAS SONIA**

ASESOR: MTRO. RUBÉN DARÍO VÁZQUEZ ROMERO



SAN JUAN DE ARAGÓN, ESTADO DE MÉXICO, 2011.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

Agradecimiento

La idea de una publicación surge con ayuda de mi amiga Rosita, que aunque no lo realizamos juntas representa una gran aportación.

Gracias al apoyo de mis padres he podido finalizar este trabajo, siempre atrás de mí, con sus presiones y regaños. Aclarando las ideas de lo que realmente debía ser esta tesis, algo diferente no una simple investigación, ideas que pueda ver en algo hecho por mí y relacionado con un elemento original, que lleve mis inquietudes: revista, niños y medio ambiente, la mejor mezcla al periodismo que deseo hacer, informar y ayudar a lo que cada día vemos caer, nuestro planeta, llevándola a los niños que son el futuro.

Con las enseñanzas de mis profesores, con la sabiduría de mis padres, ver lo que está bien o mal, con el apoyo de mis hermanos, con la compañía de mis amigos y las ganas que me inyectan por salir adelante, hoy presento esta revista que es conjunto del esfuerzo que día a día nuestro.

Cada vez surgen nuevas cosas por lo que requiere un cambio constante y me atrevo a decir que no está completo, siempre querré mejorarlo y actualizarlo, pero esta muestra de *Ecokids* la dedico a mi familia quien está presente en todo momento y que gracias a ellos y a Dios estoy aquí, caminando hacia adelante en todos los proyectos de mi vida.

Gracias papá, gracias mamá, por sus esfuerzos y por soportarme siempre, por dejarme ser quien soy con errores y experiencias.

Gracias.

Anabel Hernández

Agradecimiento

Agradezco a la honorable institución que fue parte de mi formación desde el año de 1995 fecha en que ingresé a Iniciación Universitaria en la UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.

En particular agradezco mi formación profesional a la FES Aragón donde encontré grandes profesores, que me enseñaron lo valioso de la carrera de comunicación y periodismo.

Infinitas gracias Abuela Agustina Ortega, has sido mi modelo a seguir en todos los aspectos de la vida, gracias por cuidarme, por apoyarme hasta el día de hoy.

Mamá, el hecho de ser universitaria te lo debo a ti, gracias por impulsarme a ser mejor y gracias por todo tu esfuerzo para que yo pueda ser lo que soy.

Papá, gracias por apoyarme en los momentos difíciles.

Hermanitas, gracias por ayudarme con mi bebé, las quiero.

Liliana (mi bebé), este proyecto es para ti, has sido mi fuente de inspiración para todo lo que he hecho en la vida.

A todas aquellas personas que me apoyaron de alguna u otra forma para poder realizar este proyecto les agradezco.

Gracias Maestro Rubén Darío por apoyarnos a realizar este proyecto, gracias por creer en nosotras y brindarnos tu tiempo

Anabel, gracias por compartir tus ideas conmigo fue muy valioso que trabajáramos juntas, *Ecokids* es un gran proyecto.

A todos los que me apoyaron para continuar mis estudios; a los que me apoyaron para realizar los tramites de la tesis gracias.

Sonia Vázquez Cárdenas

ORGANIZACIÓN DE PROYECTO

La organización del proyecto *Ecokids* se divide en 4 capítulos. Inicia con los *Antecedentes históricos de las revistas* como primer capítulo, ya que es importante conocer: ¿Qué es una revista?, ¿Cómo surgen y qué temas abarcan?, ¿Cuáles son las principales características que definen la llamada revista?. Manejamos lo que ha sucedido con las publicaciones mexicanas, es decir, ¿Cuáles son las principales publicaciones mexicanas?, se describe como van evolucionando las publicaciones, de las gacetas, folletos y boletines, hasta lo que hoy conocemos como una *revista*, que cuenta con un diseño más elaborado con distintos tipos de papel, fotografías, entre otros elementos.

En el segundo capítulo, manejamos el concepto de *Ciencia*, que es el tema principal de nuestro proyecto, ¿Qué significa la palabra ciencia?, ¿Cómo surge?, y sobre todo ¿Dónde la podemos encontrar?, se destacan las principales publicaciones científicas, que han aparecido a lo largo de los años.

Creación de una revista, es el título del tercer capítulo, es donde ya especificamos el interés por realizar una publicación con un giro científico donde el tema primordial es el cuidado del medio ambiente. Vamos describiendo el nombre de la revista, el logotipo, el slogan, y por supuesto todo lo que implica ser una publicación incluyendo la definición de misión, visión, valores, descripción del personal que debe tener una publicación como empresa y finalmente en el cuarto capítulo, se describe el contenido de *Ecokids*, nuestra revista, mencionamos las secciones, los géneros periodísticos, las tipografías que se utilizan, los colores, los mecanismo que se utilizan para dicha realización, que tipo de impresión se llevó a cabo para que todo lo escrito de cómo resultado la publicación impresa y por supuesto manejamos la muestra impresa en papel couché.

INDICE

Organización del Proyecto.....	4
I. Antecedentes históricos	
1.1. ¿Qué son las revistas?.....	7
1.2. ¿Cómo podemos clasificar a las revistas?.....	11
1.3. Un poco de historia de las Revistas en México.....	15
1.4. Inicios de la Revista en México.....	26
II. Los niños y la ciencia	
2.1. ¿Qué es la literatura infantil?.....	35
2.2. ¿Los buenos lectores nacen o se hacen?.....	40
2.3. ¿Qué temas ofrecen las revistas?.....	44
2.3.1. Un nuevo tema: ¿La cultura es entretenimiento?.....	46
2.4. Ciencia igual a cultura.....	49
2.5. Publicaciones infantiles.....	66
III. Creación de una revista	
3.1 Ecokids.....	78
3.2 Objetivos.....	80
3.3 Lineamientos éticos.....	82
3.4 Misión, visión y valores.....	84
3.5 Filosofía editorial.....	86
3.6 Definición del público meta.....	87
3.7 ¿Qué es y cómo realizamos la investigación del mercado?...	95
3.8 Análisis de resultados.....	101
3.9 Periodicidad y Tiraje.....	115
3.10 Organización de la revista.....	116
3.11 Recursos materiales.....	123
IV Maquetación Ecokids	
4.1 Diseño de Ecokids.....	126
4.2 Contenido Editorial.....	149
4.3 Recursos Económicos.....	153
4.4 Edición.....	161
Conclusiones.....	167
Bibliografía Electrónica.....	170
Bibliografía.....	173
Hemerografía.....	177

1

Antecedentes históricos

¿QUÉ SON LAS REVISTAS?

Se define como revista a aquella publicación editada a intervalos regulares de tiempo, su formato y características de impresión son distintos a las del diario, puede ser cosida y/o encuadernada, y con cubierta, de acuerdo a lo que el editor considere necesario. Este instrumento de comunicación se ha convertido en una fuente que crea gustos, estimula el comercio y moldea la opinión pública gracias a la variedad de ésta en el mercado.

Suele haber una confusión entre periódico y revista, pero de acuerdo al “Comité de Expertos de la UNESCO”, reunido en París del 17 al 21 de abril de 1961 estableció que:

Periódico es todo medio impreso, editado en un determinado país, destinado al público, cuyas publicaciones constituyen una serie continua, con el mismo título, que muestre una cierta periodicidad regular o irregular, pero no superior al lapso de un año con ejemplares fechados y numerados, el uso ha hecho que se les llame diario a los de aparición cotidiana, y periódico o revista (con algunas connotaciones diversas entre ellos) a los de edición semanal, quincenal, mensual, bimestral, trimestral, semestral.¹

Se trata de un formato singular que combina una serie de características básicas: portabilidad, tactilidad, repetitividad y la combinación de texto e imágenes que le han permitido evolucionar y renovarse continuamente. Estos factores, sumados a las recientes mejoras en los procesos de producción y la influencia de los nuevos medios, han permitido a las revistas mantenerse a la vanguardia de la comunicación moderna.²

¹ Martínez Valle Mabel, *Medios Gráficos y Técnicas Periodísticas*, Buenos Aires, Argentina, Ed. Macchi, 1997, pág. 5.

² Jeremy Leslie, *Nuevo Diseño de Revistas 2*, México, Ed. Gustavo Gili, 2003, pág. 6.

Existen ciertas diferencias que son importantes entre los diarios y las revistas, ya que algunos consideran que las características son las mismas para ambos, los elementos que los separan son la frecuencia diaria, a comparación de las revistas, es decir la *Periodicidad*, pueden ser semanales, trimestrales, quincenales, bimestrales e incluso anuales, las páginas son más grandes por lo general sin encuadernación, se imprimen en pulpa de papel de muy baja calidad, mientras que las revistas suelen estar confeccionadas en papel de cierta calidad y sus páginas de un formato más pequeño van encuadernadas. Por lo general los diarios se ocupan casi exclusivamente en noticias de actualidad, mientras que las revistas, aunque no abandonan asuntos de interés inmediato se preocupa por dar una visión más amplia del contexto y están destinadas a un público más especializado, aunque cabe mencionar que en la actualidad las revistas ya pueden ser del tipo de papel que uno guste, al igual que el engrapado y no deja de ser revista.

En resumen, las diferencias principales entre el periódico y la revista las encontramos en los siguientes elementos:

- Enfoque. Se refiere al manejo de las noticias, a los comentarios y al lenguaje.
- Periodicidad. Es decir la frecuencia con la que se dará a conocer cada número o cada publicación, como se mencionó en los párrafos anteriores puede ser semanal, quincenal, entre otros, a diferencia del periódico que debe ser diario, como su nombre lo indica.
- Gráfica: Es la característica que más resalta entre ambas, pues aquí nos damos cuenta en la impresión, el formato, encuadernación, la diagramación y la tapa o portada.
- Temática. Esto ya es parte del contenido, pues los artículos pueden ser de fondo, notas de color, se analiza cuánto espacio abarca cada tema, por lo tanto se puede observar el tiempo que se llevó a cabo para la investigación.
- Tendencia a la especialización: Ésta la encontramos en las revistas, ya que se refiere a la universalidad de contenidos y adaptación a los intereses de personas muy diversas, este tipo de publicaciones se centra en cierto tipo de asuntos, o bien los enfoca de una manera particular, creando así publicaciones para diferentes públicos.

-
-
- Mercados amplios. Las revistas se manifiestan más independientes que el diario de los factores geográficos, seleccionando a sus lectores en función de otros aspectos, por ejemplo, los contenidos, aficiones, entre otros. Esta característica está en la base del importante fenómeno de la internacionalización de la revista, a diferencia del periódico, regularmente podemos encontrar uno diferente en cada estado, por lo tanto, también cada País maneja su diario.
 - Importancia del diseño: Ofrece mayores posibilidades de incorporar al producto un componente visual cuidado, así como de alcanzar un nivel de acabado muy superior al de los diarios. Va de la mano con la gráfica. Surge de la creatividad, de la facilidad de persuasión que cada diseñador tiene para poder llegar a los diversos mercados. La atracción se basa en el tipo de papel, en los colores llamativos y hasta en la forma de colocar las imágenes y los textos. Si esta presentación es atractiva y se conjunta con temas de interés, la publicación será única, por lo tanto llegará a más personas surgiendo la trascendencia, ésta publicación permanecerá en el mercado.

La revista a comparación del periódico ofrece diversidad en la información, pues abarca más temas en una sola publicación. Regularmente mide 21.5 cm X 27.5 cm.

Jorge Halperín, periodista argentino y actual Director Editorial de Capital Intelectual SA, editores en Argentina de *Le Monde Diplomatique*, dice que las revistas son perdurables, para la envidia de la televisión (donde la memoria no existe).

Es información con cierto clima. Aparte su particularidad relación con el tiempo pasado: un diario de cuatro semanas atrás es un material de gran interés para los estudiosos en cambio una revista de cuatro semanas atrás es un lujo y deleite para los ojos, no solo para los estudiosos, si no para todo el público en general. Un diario documenta lo que sucede, una revista lo muestra.³

Las revistas pueden ser la publicación más atractiva por los diversos elementos que se pueden utilizar, está llena de variantes como la información, las fotografías, los formatos y sobre todo la libertad de espacio que se utiliza en cada nota.

³ <http://es.shvoong.com/humanities/167403-revistas-definici%C3%B3n-caracter%C3%ADsticas/>

Las publicaciones tienen diferentes tipos de mercado, pues la variedad ha hecho que esta trascienda y que cada público tenga cada día más opciones de información, considerándola como el medio de comunicación con una extensión larga de vida, ya que los usuarios las conservan.

La revista en sí no tenía una finalidad, ya que precisamente como su nombre lo dice, abarca diferentes temas aunque, actualmente ya se van enfocando a un solo tema de interés por lo que su definición no ha cambiado, sin embargo, esta publicación que es impresa, actualmente ya se puede encontrar también con una versión digital en Internet y su objetivo no se modifica, continúan dando a conocer temas de interés social.

¿CÓMO PODEMOS CLASIFICAR A LAS REVISTAS?

Ésta interrogante se la han realizado diversos autores ya que siempre surgen nuevas propuestas, sin embargo las más sobresalientes son las de la modificación de 1993 del Reglamento de Trabajo que distingue:

- a) “Revista de Información general”: Se define como una publicación que se edita con una periodicidad no diaria y cuyo contenido editorial incluye información general de actualidad y va dirigida a un público lector indeterminado.
- b) “Revista de información especializada”: Es aquella publicación que es editada con una periodicidad no diaria, y en cuyo contenido editorial otorga habitualmente prioridad a materias o temas especializados y va dirigida a un público lector determinado.
- c) “Publicación gratuita de interés local”: Es aquella publicación gratuita que se edita con una periodicidad no diaria y cuyo contenido editorial incluye información general de actualidad y va dirigida a un público lector indeterminado de un área geográfica reducida.

Robert A. Day (1998) divide a las revistas en tres niveles:

- a) “Revistas de primer nivel”: Son editadas y publicadas con el respaldo de sociedades o asociaciones científicas reconocidas por la comunidad internacional; son aquellas que generalmente cuentan directamente con las cuotas de sus socios, lo que permite que los costos de suscripción no sean elevados y tengan mayor presencia.
- b) “Revistas de segundo nivel”: Son editadas, publicadas y comercializadas por grandes compañías transnacionales. Este tipo de revistas adquieren prestigio porque cuentan con el respaldo de grandes compañías; sin embargo sus costos de suscripción son altos, por lo que no tienen gran circulación.

-
-
- c) “Revistas de tercer nivel”: Son editadas y publicadas por instituciones públicas, tales como universidades, museos, hospitales, por mencionar algunos. Este tipo de publicaciones generalmente presentan diversos problemas, ya que dependen de la lógica administrativa de las instituciones a las que pertenecen: presupuestos y restricciones anuales, cambios de funcionarios, etcétera; que afectan frecuentemente la periodicidad, distribución y difusión de las revistas.⁴

Fraser dice que existen sólo 3 formas y que son más sencillas y seguramente muchos estén de acuerdo con él, estas son divididas de la siguiente forma:

- a) Por su calidad del papel en el que se imprimen, éstas son satinadas o de pulpa.
- b) Por su periodicidad: semanal, mensual, trimestral...
- c) Por su contenido. Generales o Técnicas especializadas.

En las primeras encontraremos cuanta revista observamos en los puestos y la gente se detiene a leer cuidadosamente los encabezados de su favorita como son:

- Populares
- Femeninas
- Moda. No sólo para mujeres sino también para hombres y éstas son publicaciones elegantes como: Vogue y Esquire o Harper’s Bazaar.
- De interés especial como las de teatro, cine, cuidado de los niños, deportes, ovnis, fantasmas, investigación.
- Crítica y de opinión
- Síntesis
- Noticias
- Calidad. Más maduros
- Gráficas⁵
- Salud
- Niños

⁴http://72.14.253.104/search?q=cache:xHWb7exSo60J:www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/caracrev+elec.pdf+meraz+clasificacion+de+revistas&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=mx&lr=lang_es

⁵Bond Frank Fraser, *Introducción al periodismo, estudio del 4º poder en todas sus formas*, México, Ed. Limusa, 1974, pág. 55-57.

La clasificación de la UNESCO distingue 4 categorías dentro de las revistas:

- a) “Revistas de Información”: Son las que dan a conocer programas científicos, técnicos, educativos o económicos, anuncian reuniones, informan sobre personas, principalmente en forma de artículos o notas breves que contienen información general o no detallada.
- b) “Revistas Primarias”: Se les conoce también como revistas de investigación y desarrollo. En ellas se publica el resultado de trabajo de investigación con todos los detalles necesarios para poder comprobar la validez de los razonamientos del autor o repetir sus trabajos.
- c) “Revistas de resúmenes o secundarias”: Son en las que se recoge el contenido de las revistas primarias, en forma de resumen.
- d) “Revistas de progreso científico o tecnológicos”: Se les conoce como revistas terciarias. En ellas se publican informes resumidos de los principales programas de investigación contenidos en las revistas primarias, durante amplios periodos.

Meraz (2001) propone en su artículo “La importancia de las revistas científicas pequeñas”:

- a) Revistas pequeñas: Son aquellas publicaciones que tienen poca difusión, son editadas por instituciones educativas sin aval de alguna sociedad o empresa editorial y sufren retrasos en su aparición.
- b) Revistas grandes: Se caracterizan por tener un número mayor de lectores lo que las hace atractivas a los investigadores para publicar en ellas. Son editadas por instituciones de investigación, educación y sociedades o empresas de Estados Unidos o Europa, y generalmente son bilingües.⁶

Todas las clasificaciones son válidas, pues este canal de comunicación tiene diversos campos o disciplinas y desempeñan las mismas funciones, comunicar y difundir información, de manera que los lectores se sientan satisfechos de las necesidades que le brinda cada publicación.

A pesar de las diversas clases de revistas, este medio no deja de ser un producto comercial, por lo tanto de circulación masiva con sus distintos aspectos, junto con el objetivo de conocer los elementos de las publicaciones.

6

http://72.14.253.104/search?q=cache:xHWb7exSo60J:www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/caracrevelec.pdf+meraz+clasificacion+de+revistas&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=mx&lr=lang_es

Nos incita a realizar una publicación con un contenido de divulgación científica, que tenga un sello personal, facilitando al pequeño lector el entendimiento de cada tema y que permita a los niños reconocer su medio ambiente. Que sea un espacio abierto para la difusión de la ciencia involucrando a los niños a cuidar el mundo que los rodea, sensibilizándolos, mejorando el hábitat que día a día se deteriora o mejor dicho deterioramos.

UN POCO DE HISTORIA DE LAS REVISTAS EN MÉXICO

Contando ya con la definición de revista, sus características y clasificación, pasemos pues, a una breve historia de las publicaciones en Europa y por supuesto en México, empezando con los elementos que dieron paso a la denominada *revista*.

El elemento principal es la escritura *ideográfica* inventada en Mesopotamia, sin embargo Herald HaArmaan asegura que surgió en Creta, los primeros documentos escritos se atribuyen a los sumerios y son anteriores al 3000 a.C; escritura *fonética*, ya no se representan objetos, sino los sonidos de las palabras que los designan; escritura *cuneiforme*, parece que tuvo su origen en el sur de Mesopotamia, en la región antigua Uruk, ya que allí se han encontrado tablillas con grabados cuneiformes que se leen de derecha a izquierda; escritura jeroglífica es una escritura que no representa la palabra ni fonética, ni alfabéticamente, sino mediante figuras o símbolos, reproducen solo las consonante egipcias.

La escritura fue considerada como un medio de comunicación entre hombres y dioses, en la época antigua europea. El acto de escribir se producía siempre en el contexto de ceremonias religiosas como la invocación a una divinidad, la ofrenda de regalos votivos, los rituales de fertilidad, actos sacrificiales, ritos de enterramiento y culto de los antepasados. La escritura tenía un carácter sagrado. Por eso los que escribían eran los sacerdotes, una casta privilegiada. Al fin y al cabo, la palabra se relacionaba con la respiración de los dioses. En Egipto, la escritura se consideró un invento divino. El dios Tot, dios creador de la escritura, hace don de ella a los hombres y es el patrón de los escribas.⁷

Al año 800 a.C los griegos separan las vocales de las consonantes y establecen las bases del alfabeto, surgiendo relatos conocidos como el libro

⁷ José Antonio Marina, María de la Válgoma, *La magia de escribir*, España, Ed- Debolsillo, 2008, pág. 59.

copiado que era un papiro enrollado, primero en piedra, tablillas, papiro, pergamino hasta que los árabes introdujeron el papel en el siglo VIII, aunque lo descubrió Tsi Lun, oficial de un emperador chino de la dinastía Han, en el 105 d.C. como tardó mucho en llegar a Occidente, los árabes lo copiaron a partir del 751 d.C. ligado después a la imprenta.

En el siglo I, época de Julio César existían las llamadas *Actas diurnas*, una hoja de noticias que por orden se colocaba diariamente en el Foro de la antigua ciudad de Roma, estaba el *Calendario, Populi Romani*, donde participaron Cicerón, Plinio, Tácito, etcétera, también existió la llamada Crónica Oficial al igual que los *Enterados* que eran noticias recitadas a cambio de dinero.

El primer periódico impreso a partir de bloques de madera tallados apareció en Pekín en el siglo VII o VIII d. C

En Europa la, invención, de la primera imprenta en el siglo XV, basada en los tipos metálicos móviles, permitió una distribución de las noticias más rápida y fácil.

Durante el siglo XV, y debido al florecimiento del comercio y de las ciudades, se desarrolló una red de informadores, ya que los comerciantes y banqueros europeos los necesitaban, y también necesitaban conocer la situación de los países con los que mantenían tratos comerciales para poder planificar sus negocios corriendo el menor riesgo posible, por lo que decidieron pagar a informadores que les ponían al tanto de los hechos más relevantes de cuanto ocurría.

Por otro lado, los habitantes de las cada vez más pobladas y bulliciosas ciudades querían conocer más de cerca los acontecimientos que se producían fuera del área en que se movían cotidianamente y compraban cada vez con más frecuencia las hojas informativas que se vendían por la calle. En la próspera ciudad de Venecia, por ejemplo, se vendían, con cierta periodicidad, notas informativas manuscritas al precio de una gaceta, una moneda local de escaso valor; de ahí proceden las gacetas que empezaron a publicarse en el resto de Europa como denominación genérica de las publicaciones informativas de precio reducido y, más adelante, entraría a formar parte de los títulos de periódicos ya de cierta importancia.⁸

⁸ Enciclopedia Microsoft Encarta 2003.

En Alemania, Holanda e Inglaterra se publicaron hojas de noticias de distintos tamaños y formatos, esto en los siglos XVI y XVII, mientras que en Francia iniciaban publicaciones de periódicos literarios en el siglo XV al igual que las primeras revistas.

En los primeros periódicos sólo se podían encontrar reportajes sobre acontecimientos extranjeros, ya que los reyes y gobernantes prohibían difundir noticias nacionales.

En 1609 ya se publicaba regularmente en la ciudad de Estrasburgo una hoja informativa impresa con informaciones procedentes de numerosas capitales europeas relevantes en ese momento por su actividad económica o política. Las hojas informativas tuvieron una gran aceptación por parte del público, y se convirtieron en un medio influyente y muy bien organizado de distribución de noticias. Por esta razón, los gobernantes decidieron prohibir su impresión y difusión a los particulares, y crearon publicaciones oficiales que expresaban el punto de vista del poder y suprimían cualquier tipo de crítica o disidencia escritas.⁹

En España la primera gaceta oficial empezó a publicarse en el año de 1661 constituyendo el antecedente inmediato del *Boletín Oficial del Estado* (B.O.E.).

Posteriormente, en algunos países se empezó a levantar el monopolio de Estado sobre los medios de comunicación escrita y se permitió a particulares la edición de boletines. Dando paso en 1702 al primer periódico diario llamado el *Daily Courant*, cuyo ejemplo fue seguido por otras publicaciones de Europa y Estados Unidos, como el francés *Le Journal de París* en 1777, el estadounidense *Pennsylvania Evening Post and Daily Advertiser* en 1783 y el inglés *The Times* en 1785, que aún continúa editándose.

En el año de 1722 se publicó *Gaceta de México*, con noticias procedentes de las capitales europeas el cual tenía secciones fijas, como la de crítica de libros y otras publicaciones editadas en España y América. En 1743 comenzó la publicación *Gaceta de Lima*, así como una edición peruana de *Gaceta de Madrid* y todavía fue anterior la publicación en Guatemala de *Gaceta de Guatemala*. Más tarde aparecieron periódicos en La Habana y Buenos Aires.

⁹ Ídem.

En España aparecerían diarios que al igual que el resto de sus contemporáneos europeos y americanos, faltarían en muchas ocasiones, por unos motivos u otros, a su periodicidad cotidiana.

Entre los más interesantes de los diarios españoles se encuentran *El Diario Noticioso de Madrid* (1758), *El Pensador* (1762) y *Diario de Barcelona* (1792), actual decano de la prensa española. Más adelante los distintos gobiernos fueron suprimiendo la prohibición de publicar noticias locales en los periódicos, con lo cual se estimuló aún más el crecimiento del medio.¹⁰

Así, a comienzos del siglo XVIII, los políticos habían empezado ya a adquirir conciencia del enorme potencial del medio informativo impreso a la hora de moldear la opinión pública. Por consiguiente, el periodismo de la época era predominantemente político y cada fracción política del momento poseía, o intentaba poseer, un periódico. Los artículos de carácter político no llevaban firma, en parte para preservar la libertad de opinión y en parte para evitar que el periodismo se convirtiera en un negocio o una profesión. Paralelamente a esta evolución, se comenzó la lucha por la libertad de prensa.¹¹

En el siglo XIX, la actividad periodística se vio profundamente afectada por la Revolución Industrial, la Revolución Francesa y la alfabetización creciente como resultado de la educación pública que se fue imponiendo en los países occidentales. Las masas recién alfabetizadas demandaban más noticias y que éstas fueran cada vez más recientes, mientras las nuevas maquinarias, en especial la linotipia, que comenzó a utilizarse en 1886, hicieron posible producir periódicos a un precio cada vez más reducido.¹²

¹⁰ Ídem.

¹¹ Rivadeneira Raúl, *Periodismo la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, Ed Trillas, México, 1977, pág. 56.

¹² Enciclopedia Microsoft Encarta 2003.

En Estados Unidos aparecieron dos empresarios periodísticos, Joseph Pulitzer y Randolph Hearst, quienes crearon publicaciones dirigidas a la población de las grandes ciudades. Hacia finales del siglo el New York Times, que aún continúa editándose, comenzó a cimentar su reputación como medio capaz de cubrir con eficacia y seriedad las cuestiones más destacadas de la actualidad nacional e internacional. Al mismo tiempo, invenciones como el telégrafo facilitaron la recopilación y la transmisión casi inmediata de datos. Algunas empresas comenzaron a utilizar estas nuevas tecnologías, unidas a los tendidos de cable, para convertirse en los llamados centros de recogida y distribución de noticias. Estas son las llamadas asociaciones y agencias de prensa, entre las cuales se encontraban algunas que siguen funcionando hoy en día, como la “Reuters” inglesa y las estadounidenses “Associated Press” y “United Press”.

Apoyadas en la consolidación de la libertad de expresión, algunas publicaciones comenzaron a abandonar la tradición de los artículos políticamente comprometidos sin firmar y, paralelamente, empezó a tomar forma la figura del periodista como personaje dedicado a la investigación de los aspectos oscuros de la realidad. Así, escritores españoles como el poeta José Quintana o el pensador y Poeta José María Blanco White abandonaron prácticamente la literatura para dedicarse por completo al periodismo político. Quintana y Blanco White editaron juntos en Madrid y Sevilla *El semanario patriótico*, en 1808 y 1809. Más tarde, Blanco White, exiliado en Londres desde 1810, publicó *El Español*, la revista que influyó poderosamente en el desarrollo del liberalismo, tanto en España como en Hispanoamérica¹³.

Junto con las nuevas tecnologías, el desarrollo de los transportes, la reducción del precio de la distribución postal y la aparición de industriales y comerciantes que necesitaban promocionar sus productos por medio de la publicidad, estimularon la creación y difusión de publicaciones populares centradas en temas especializados. Estas publicaciones se basaron en la utilización de la ilustración y posteriormente, de la fotografía. Revistas como *National Geographic* lo utilizan para comprender la importancia que la imagen desempeña en su éxito convirtiéndose en un medio que comenzó a saciar el apetito visual del público.

¹³ Ídem.

Ya en 1920, justamente entre la aparición del cine y de la televisión, hubo revistas en Alemania que tenían tiraje de unos dos millones de ejemplares.

La publicación de revistas ilustradas se había extendido al resto del mundo y con mayor fuerza las revistas dirigidas al público femenino, de hecho el tiraje a comparación de un periódico es mayor.

La fotografía comenzó a utilizarse en la prensa diaria en 1880, junto con el periódico del *Daily Herald* inglés, aunque tardó en incorporarse completamente a los periódicos. Lo hizo sobre todo a través de los suplementos dominicales que se difundían en los periódicos anglosajones. Los suplementos manejaban una estructura diferente en apariencia como en los temas que abordaba, estaban menos relacionados con las noticias de actualidad y más con el ocio de los lectores, por lo que las ventas de los fines de semana incrementaban. Actualmente, casi todos los diarios publican un suplemento de fin de semana y quizá también ahora se venden más por el suplemento que por el mismo periódico.

A mediados del siglo XIX comenzaron a aparecer diarios de gran calidad denominados así por que llevaban a cabo seguimientos serios y exhaustivos de las noticias de momento y profundos análisis de sus consecuencias. Como lo era el periódico inglés *The Times*; en España se publicaría *El Imparcial*, un diario que gozó de gran aceptación durante los 66 años que duró su existencia de los años 1867 a 1933. En América Latina se pueden nombrar periódicos como *La Nación* de Buenos Aires o *El Siglo* de Montevideo.

Los periódicos literarios o políticos fueron denominados como las primeras revistas, publicadas exclusivamente para gente adinerada, demasiado caras como para tener una difusión más amplia.

En Europa, la creación de un nuevo tipo de revista fue a causa de la clase media instruida y de una minoría de obreros especializados, ésta se distribuía mediante la red de ferrocarril.

Entre las primeras publicaciones periódicas se encontraban la alemana *Erbauliche Monats Unterredungen* que abarca de 1663 a 1668, la francesa *Le Journal des Sçavants* en 1665, posteriormente rebautizada como *Le Journal des Savants* y la inglesa *Philosophical Transactions of the royal Society of London* en 1665 que eran esencialmente, colecciones de sumarios y que más tarde serían los ensayos, estas colecciones manejaban temas relacionados con el arte, la literatura y la ciencia. Las más destacadas de entre las revistas de ensayos del siglo XVIII fueron, quizá, las británicas *The Spectator* que surgió de los años 1711 a 1714 y *The Idler* de 1758 a 1760; así como el español Clavijo y Fajardo fundó *El Pensador* que, entre 1762 y 1767, se dedicó a criticar las costumbres sociales españolas.

Las publicaciones periódicas de Francia y Alemania comenzaron a introducir información de tipo general a finales del siglo XVIII y poco a poco se fueron concentrando en la literatura y la ciencia. Entre las más interesantes se encuentran *Allgemeine Literatur-Zeitung* que abarca de 1785 a 1849, una publicación alemana dedicada a tratar y difundir las nuevas tendencias literarias. El abate Marchena creó *El Observador* con informaciones generales políticas y literarias, aunque sólo pudo publicar seis números entre 1787 y 1788 que debido a sus ideas revolucionarias fue prohibida por la Inquisición.

En 1832, específicamente en Inglaterra, existieron algunos periódicos semanales que eran baratos, dedicados a una instrucción popular, matizados con temas divertidos y originales, difundían una moralidad paternalista y se especializaron en misceláneas utilitarias de la realidad.

Las publicaciones periódicas por lo general de claras tendencias políticas y con artículos escritos por eminentes autores y políticos, comenzaron a publicarse en Inglaterra a principios del siglo XIX. Entre ellas destaca *The Edinburgh Review* de 1802 a 1929, del partido Whig, que fue una de las más influyentes, contaba entre sus colaboradores con Walter Scout y Thomas Carlyle. En el resto de Europa surgieron revistas semejantes a ellas, como la francesa *Revue des Deux Mondes* en 1829 y la alemana *Literarisches Wochenblatt* de los años 1820 a 1898.

En España, el periodismo no tuvo gran desarrollo en el siglo XIX ya que los gobiernos absolutistas ejercían una censura de prensa y no permitían ninguna información o comentario político. Por eso se desarrollaron las revistas literarias que expresaban posiciones políticas y en ellas se plasmaban grandes polémicas, como la célebre sobre el romanticismo entre *El Europeo* y *El Censor*.

Posteriormente aparecieron en Inglaterra revistas semanales y mensuales que alcanzaron gran popularidad, algunas de ellas eran ilustradas. Las más destacadas eran *The Mirror* de 1822 a 1849 y *The Cornhill Magazine* de 1860 a 1939, esta última, editada en sus comienzos por William Makepeace Thackeray y fue la primera publicación económica que incluyó en sus páginas novelas de escritores contemporáneos por entrega.

Esta sección había surgido en Francia en el periódico *La Presse* en 1836. España se sumó a esta innovación y así publicaron muchas de sus obras o artículos autores como Mesonero Romanos, Larra o Pérez Galdós.

En la segunda mitad del siglo aparecieron las primeras revistas ilustradas modernas, entre las más importantes se encontraban la inglesa *Illustrated London News* en 1842, publicación fundada por Herbert Ingram y el diseñador Ebenezer Landells, la francesa *L' Illustration* de 1843 a 1844, la alemana *Die Woche* de 1899 a 1940 y la estadounidense *Harper's Weekly* de 1857 a 1922. Sin embargo a finales del siglo XIX la fotografía fue sustituyendo gradualmente a los grabados de artista.

Después del periodo de conmoción y de avances técnicos, comenzaron también a surgir revistas en diferentes ciudades europeas, tales como *Die Illustrierte Zeitung* en Leipzig, fundada en 1843; *Fliegende Blätter* en 1844, en Alemania; La revista española *La ilustración* publicada en 1849; y en los años 50, en Estados Unidos salieron a la luz las revistas *Frank Leslie's Illustrated Newspaper*.

Entre las publicaciones británicas sobresalientes fueron el semanario del humor *Punch* en 1841, este instauró un modelo de humor gráfico muy imitado posteriormente por otras revistas, como la alemana *Simplicissimus* que abarca de 1896 a 1944. En cuanto a las primeras revistas satíricas españolas durante el siglo XIX destacaban *Gil Blas* de 1864, *El Sainete* de 1867 y *Jeremías* desde 1867.

Ya para el año de 1890, revistas como *Berliner Illustrierte Zeitung*, *Harper's* y *Leslie's* hacían ya uso intensivo de la fotografía, además de que se pusieron al alcance de todo el mundo bajando su precio.

Con los avances en las técnicas de ilustración e imprenta, redujeron enormemente los costes de producción, por lo que aparecieron más publicaciones pero ya con grabados que les hicieron ganar gran popularidad, pues consiguieron un gran atractivo visual a precio barato.

Las revistas destinadas a un público femenino comenzaron a acaparar grandes cuotas de mercado, especialmente en los Estados Unidos, donde aparecieron dos publicaciones notables en este terreno y que aún continúan editándose, ellas son la revista *Cosmopolitan* que surge en 1886 y *Vogue* en 1892. En España la primera revista femenina fue *La Pensadora Gaditana* en 1767 y la que gozó de más éxito durante el siglo XIX y el Diario de las Damas que apareció en 1833. En la segunda mitad del siglo XIX, se publicaron en España revistas de gran interés y divulgación en América Latina, entre ellas la *Revista Española de Ambos Mundos* de 1853 a 1855 y *La América, Crónica Hispanoamericana* de 1857 a 1886 la gran publicación de Eduardo Asqueiro, así como *El correo de España* de 1870 a 1872 y la *Revista Hispanoamericana* de 1881 a 1882.

Entre el siglo XIX y el siglo XX surgieron nuevas publicaciones de amplia difusión en la América hispana como *El imparcial Revista Hispanoamericana* en los años de 1867 a 1930, *La ilustración Española y Americana* en 1869 y hasta 1921 y *La España Moderna. Revista Iberoamericana* en 1888 y hasta 1914, editada por Lázaro Galdeano, entre otras.

El papel de las revistas parisinas en la divulgación del movimiento artístico moderno está bien documentado, pero más significativo para las revistas y su diseño fue el establecimiento de una nueva categoría de artistas secundarios, que se aferraron a la ilustración de revistas como medio de vida y fundaron una nueva moda, decidida y realista, de relato ilustrado, en *Graphic* y *Harper's*, y en semanarios satíricos políticos, como se observó en *L'Assiette au Beurre* y *Simplicissimus*.

L'Art Moderne, amplió el papel de la revista no sólo de noticias, sino también de cultura popular y experiencia cotidiana. Las revistas artísticas rompieron convenciones, convirtiendo la portada que tradicionalmente había sido un grabado estándar decorado.

Para el año de 1908, las revistas ya habían adoptado un estilo de composición que era el precursor directo de las primeras revistas fotoperiodísticas.

En los primeros años del siglo XX, aparecerían en Estados Unidos revistas representativas de gustos literarios. Algunas de ellas se publican aún hoy en día, como la mítica *Vanity Fair* que apareció en los años 1913 y hasta 1936, renacida en 1983, aunque con una orientación ligeramente diferente y *The New Yorker* que apareció en 1925, una revista con una inclinación urbana y en la que se pueden señalar historietas gráficas, textos literarios de autores contemporáneos e informaciones acerca de hechos relacionados con la ciudad en la que se editaba dicha publicación.

Revistas semanales que fueron novedad y que a la fecha destacan por continuar con sus ediciones son: *Time* que surge en 1923, *Newsweek* que nace en 1933, *Life* que abarca de 1936 hasta 1972, renacida como mensual en 1978 y *Ebony* en 1946.

Otras revistas españolas que tuvieron un brillante resurgimiento y entre las más destacadas son *La Pluma y España*, dirigidas por Manuel Azala o la *Revista de Occidente*, fundada en 1923 por José Ortega y Gasset, también de esta época sobresale *Blanco y Negro*, una revista de información general ligada al diario ABC, en sus orígenes independiente del mismo.

Surgieron también numerosas revistas literarias, por lo general de pequeño formato, que realizaron una importantísima labor de promoción de autores poco conocidos pero de gran calidad.

Las revistas de humor en España tuvieron un papel importante durante la dictadura de Primo Rivera, ya que prohibió toda clase de crítica política y ésta adoptó la máscara del humor en semanarios como Buen Humor y La ametralladora. Cuando terminó la guerra civil, se volvió a dar la misma situación y Miguel Mihura fundó *La Codorniz*, que era una revista considerada como la más audaz. En ella se podían encontrar a los humoristas más importantes de varias generaciones., esta publicación desapareció en 1978 cuando otra revista, *Hermano Lobo*, estaba naciendo.

La publicación de revistas se fue fortaleciendo como una actividad altamente rentable. Japón es conocido como el país donde existen varios millares de revistas distintas, seguido de los Estados Unidos.

Debido al aumento de los costes del papel, la impresión y la distribución, y del surgimiento de la televisión muchas revistas se dejaron de editar en las décadas de 1960 y 1970. Sin embargo, la mayoría de las revistas especializadas y de gran calidad, como *Scientific American* que surge en 1845, *Nacional Geographic* en 1888 y *Art in América* en 1913, han mantenido sus ventas a pesar de la reducción del mercado.

En España, el resurgimiento de la prensa ilustrada se dio durante la década de 1960. Por ejemplo, en Madrid se reeditó la Revista de Occidente, ya que había quedado interrumpida después de la Guerra Civil, aparecieron también revistas como *Cuadernos para el Dialogo*, fundada por Joaquín Ruiz Jiménez, de tendencia demócrata cristiana, en 1963; y *Triunfo*, que en 1962 inició una andadura izquierdista bajo la dirección de José Ángel Ezcurra. En Barcelona apareció *Destino* en 1958, dirigida por Néstor Luján, que acentuaba las posturas críticas y catalanistas. Pero fue a partir de la libertad de expresión y del crecimiento económico cuando comenzaron a nacer títulos destinados a públicos más reducidos y variados. Como las ya mencionadas revistas femeninas que la mayoría pertenece a la prensa del corazón, es decir, aquella que se ocupa de informar en detalle sobre la vida privada de personajes públicos, en especial pertenecientes a la aristocracia o al mundo del espectáculo, como las revistas *Pronto*, *Hola*, *Semana*, *Lecturas* y *Diez Minutos*, que constituyen uno de los sectores más amplios del mercado, estas se han unido a las ediciones en español como la revista *Vogue* y *Comopolitan*, a la vez que surgían otras como *Woman*. También destinadas a un público general, por su contenido de actualidad, centrado principalmente en la política pero sin olvidar las necesidades de ocio y cultura de sus lectores, están las revistas *Tiempo*, *Cambio 16*, *Época* y *Tribuna* semejantes, aunque mucho más recientes a *Time* y *Newsweek*, de Estados Unidos, otras semejantes pero dirigidas al público masculino como las revistas *Man*, *Interviú*, *Playboy* o *Penthouse*, entre otras.

Otro sector donde también se han producido diversas publicaciones son en el ámbito de la divulgación científica, que durante los últimos años se han conocido revistas destinadas a saciar la curiosidad de los lectores con respecto a los temas científicos o pseudo científicos, y que explican de un modo conciso y muy gráfico los últimos desarrollos en las distintas disciplinas en publicaciones como *Muy Interesante y Quo*, que son las publicaciones más vendidas de este campo.

Otro espacio en crecimiento es el de las publicaciones de informática, que con la extensión de las computadoras domésticos y de las redes informáticas telefónicas, como internet y la aparición de tecnologías en las que se integran las imágenes, los textos y los sonidos multimedia, ha incrementado de una manera espectacular la demanda de información que el lector pide ya que se encuentra sin conocimientos ante dichos avances. Teniendo como resultado el surgimiento de revistas de origen español como *PC Manía* o *Súper PC*, y se han realizado ediciones nacionales de otras estadounidenses como *PC World* o *PC Magazine*.

La variedad de los gustos y las necesidades de los lectores han impulsado a la diversificación del mercado dando paso a la continua publicación de revistas especializadas, como *Mundo Científico*, han ido apareciendo otras que han entrado en competencia con ellas o han inaugurado terrenos en los que aún no se había adentrado.

Es importante resaltar que son algunos ejemplos, ya que son las publicaciones más destacadas de los diversos campos de interés.

INICIOS DE LA REVISTA EN MÉXICO

En 1826, durante el sexenio del Presidente Guadalupe Victoria, y después de haber llegado la primera máquina litográfica a México, Claudio Linati quien era su propietario, tomó la decisión de asociarse con el poeta cubano José María Heredia, para imprimir un periódico literario, artístico y de novedades. Este periódico se llamó *El Iris*, publicación que obtuvo tan solo siete meses de vida, esta publicación es considerada como la primera revista mexicana ilustrada, donde también publicarían música y vistas de escena mexicanas. La fecha exacta del primer ejemplar de *El Iris* fue el 1º de febrero de 1826.

En México, se interesaban más los artículos de política que de literatura y de teatro. El primer artículo publicado en *El Iris* se llamó *Bellas Artes* que trató de un resumen de la historia de la poesía española, además, se publicó un artículo de crítica musical y otro sobre la moda femenina el cual fue acompañado de una ilustración a color debajo del texto.

Los artículos que más gustaron al lector, fueron los del cantor del Niágara de José María Heredia, por sus poemas románticos.

En el contenido editorial de *El Iris* no era adecuado comentar la política mexicana, sin embargo sus redactores no pudieron abstenerse de ello. Entonces, se discutía enardecidamente en las cámaras la conveniencia de que desapareciera el Estado Mayor General del Ejército, creado a iniciativa del General José Joaquín de Herrera por decreto de 5 de septiembre de 1823.

Horacio Atellis de Santangelo, se convirtió en un nuevo colaborador de dicha revista, con su llegada tomaron más fuerza los comentarios políticos, éstos a su vez disgustaron a Heredia y cinco meses después dejó de colaborar en el periódico.

Poco tiempo después, los fundadores se vieron obligados a cerrar la publicación. El 2 de agosto de 1826 se despidieron de sus lectores, Santangelo fue expulsado del país, Linati se marchó a Bélgica, y José María Heredia permaneció en México, quien tres años más tarde dio a conocer su periódico *Miscelánea*.

El Iris marcó un adelanto en las artes gráficas mexicanas y estimuló a los impresores. Once años después aparecían “El Mosaico Mexicano” y “El recreo de las Familias”, revistas ilustradas, impresas en el taller de Rocha y Fournier. A ellas siguieron otras, que son verdaderos monumentos del arte tipográfico, no sólo de México sino de América.¹⁴

La prensa del siglo XIX, fue un espacio de expresión y ejercicio para los escritores mexicanos con la intención no sólo incrementar la literatura mexicana, sino también formar una nación a través de las letras basándose en los valores, los sentimientos, los ideales literarios y las nuevas ideas que llegaban del extranjero con el fin de educar a los mexicanos, ayudándose de ilustraciones y palabras. Debido a este interés nacionalista, en México surgieron un sin fin de publicaciones que favorecieron el cultivo del arte tipográfico, combinándose con grabados para ejemplificar los temas que se publicaban día con día, mejorando en calidad, edición y contenido, donde se dejaban ver páginas llenas de romanticismo, nacionalismo, exaltación de sentimientos y valores, impresos en talleres que combinaban moldes y tintas para ejemplificar las modas de países extranjeros como España y Francia, además de traducciones de novelas y poemas que despertaron el interés por la lectura, específicamente del sexo femenino.

Las revistas que se imprimieron durante los años 1826 a 1860 sirvieron de herramienta educadora tanto para varones como para mujeres, los editores de esta época en el intento de construir la nacionalidad mexicana, vieron que estas publicaciones podían servir como “*guía de valores*”, abarcando temas como la moral, la religión y las buenas costumbres. Los editores tenían en mente que la mujer podía servir como un instrumento educador, la concebían como “*educadora de patriotas*”, pero había primero que cultivarla, para que posteriormente educara y transmitiera estos conocimientos a sus hijos. Como consecuencia de este interés nacionalista, se publicaron muchas revistas literarias que tuvieron sus orígenes en (1768) con la aparición del *Diario de Literatura* y *Las Gacetas de Literatura* (1784-1794), *El Diario de México* en 1805-1817, *El Semanario Económico de Noticias Curiosas y Eruditas sobre Agricultura y demás Artes y Oficios* en 1808-1810, las misceláneas como *El Pensador Mexicano*; los periódicos insurgentes como *El Ilustrador Mexicano* (1812) y *El Correo Americano del Sur*.

¹⁴ Carrasco Puente Rafael, *La prensa en México*, México, UNAM, 1962, pág. 75.

A pesar de que las publicaciones periódicas desaparecían constantemente como lo fue *El Diario de México*, varios escritores se refugiaron en periódicos informativos como *El Noticioso General*, donde dejaron plasmadas las preocupaciones, críticas sociales y políticas de la época en CALENDARIOS, MISCELÁNEAS y SEMANARIOS.¹⁵

Algunos ejemplos de este tipo de revistas son:

El Iris 1826. Primera revista dedicada a la mujer de carácter docente y ameno, editada por Claudio Linati, Florencio Galli y José María Heredia, que sirvió de estímulo a los impresores mexicanos. Esta publicación apareció en el periódico *El Águila Mexicana* el 13 de enero de 1826 con el propósito de ofrecer una distracción agradable a todo interesado en las letras, principalmente al público femenino. La revista se publicó primero semanalmente y luego dos veces por semana.

El Mosaico Mexicano 1836 Y 1837. Publicación quincenal, que tuvo un período del 1° de octubre de 1836 al 15 de marzo de 1837. A partir de 1840 a 1842 fue semanal. Es una revista literaria concebida por sus editores como una colección de “utilidad e instrucción para el uso privado”; debido a la diversidad de materias resulta ser una publicación de carácter enciclopédico, hecha a semejanza de otras misceláneas literarias inglesas, francesas y españolas de las cuales se extrajo gran parte del material publicado. La tipografía de esta revista consta de grabados en madera y de litografías. Sus principales colaboradores fueron: Carlos María de Bustamante, Manuel Orozco y Berra, José Joaquín Pesado, José Gómez de la Cortina, Ignacio Rodríguez Galván, Manuel Carpio, José María Lacunza, Manuel Payno, Guillermo Prieto, José María Lafragua, entre otros.

El Año Nuevo 1837 Y 1849. Una de las primeras publicaciones que dedicó sus páginas exclusivamente a la literatura; intentó ser una muestra fidedigna de las primeras expresiones nacionales de un país en formación; presentó temas de teatro, poesía, ensayos y fragmentos de obras clásicas, así como algunas traducciones. Los editores creían, que esta publicación era el primero en su género y que sus piezas eran originales. Entre los colaboradores destacaron Guillermo Prieto, José Joaquín Pesado, José María Lacunza, Manuel Carpio, Ignacio Rodríguez, José María Tornel, Manuel Payno, entre otros.

¹⁵ <http://www.revista.unam.mx/vol.5/num9/art58/art58-1.htm/>

El Recreo de las Familias 1837 Y 1838. Una publicación quincenal realizada por Ignacio Rodríguez Galván, quien consideraba que existía una gran necesidad de publicar un periódico literario, ya que los mexicanos en ese tiempo buscaban algún documento para aprovecharlo en sus ratos libres. El propósito de esta publicación era nacionalizar cuanto fuera posible. Esta revista incluía material de otras publicaciones literarias contemporáneas francesas y españolas tales como *Le Mosaïque*, *Le Musée des Familias*, *la Enciclopedia*, *el Diccionario de la conversación* y *El artista*. De donde se obtuvieron algunas de las litografías que decoran la revista. Sus principales colaboradores fueron: Isidro Rafael Gondra, Guillermo Prieto, Manuel María Andrade, Manuel Orozco y Berra, José Ramón Pacheco, José Joaquín Pesado, Pascual Almazán, Manuel Tossiat Ferrer, José María y Juan Nepomuceno Lacunza y el cubano José María Heredia entre otros.

El Semanario de las Señoritas Mejicanas 1841 y 1842. Vicente García Torres. Publicación semanal que abarca los períodos de 1840 a 1842. Esta publicación fue la primera en dedicarla exclusivamente a los intereses de las mujeres, con el propósito de promover cultura. Su contenido, amplio y variado, se complementó con piezas para piano, plantillas de bordado y reproducciones de algunas obras de pintores famosos, sobresalía también por tener portadas excelentes al igual que estampas litográficas. Ésta publicación tomó modelos europeos y publicaron un buen número de traducciones de textos literarios en francés y en inglés de autores como Walter Scott, Lord Byron y William Shakespeare. Los artículos y colaboraciones que constituían la revista iban desde las ciencias exactas, la literatura hasta temas de carácter moral y religioso, lo que permitió observar el carácter misceláneo de la revista. Sus principales colaboradores fueron: Casimiro de Collado, Fernando Orozco y Berra, así como algunos trabajos poéticos de la poeta cubana Gertrudis Gómez de Avellaneda.

El Museo Mejicano 1843 y 1845. Publicado por Ignacio Cumplido, esta publicación Semanal tendría su primera época de 1843 hasta parte de 1845. (En 1845 - 1846, se suprimirían el artículo "El" y el subtítulo y se le denominó simplemente *Museo Mexicano*). Esta revista logró reunir a los mejores escritores de la época con el objetivo de brindar difusión educativa y cultural para todos los estratos sociales, además de divertir e ilustrar al mismo tiempo. Esta publicación tuvo importantes secciones, la mayoría de ellas no fueron fijas, algunas de las más importantes fueron: *Biografía o Recuerdos Biográficos* donde se encontraban precisamente las biografías de personajes trascendentes en la historia de México y del mundo; *Bibliografía mexicana*, *Industria Agraria*, *Mosaicos de Pluma*, *Notas Diversas*, *Arqueología*, *Remitido*, *Estudios Morales*, *Cartas sobre México*, *Discursos históricos de José María Lacunza*, *Apuntes de Viaje*, *Estudios de Historia Natural* y *Boletín Semanario*. Contenía también traducciones sobre temas científicos, industriales y artísticos otras revistas.

La primera revista de divulgación científica en América fue el volante denominado *Mercurio* impulsado por José Ignacio Bartolache y Díaz de Posadas en Guanajuato, donde destacaba la divulgación de asuntos relacionados con la medicina, esta publicación periódica ilustrada nació un sábado 17 de octubre de 1772.

Esta publicación mantuvo una periodicidad semanal, se concibió para que cada miércoles diseminara en un pliego suelto noticias sobre diversos aspectos vinculados a la medicina y a la física fundamentalmente, aunque también abordaba otros temas destinados a quienes se dedicaban a cultivar campos del saber ajenos a estas disciplinas y a los interesados en ampliar su cultura general.

En 1864 nace la *Gaceta Médica de México*, la revista médica latinoamericana dedicada a la medicina más antigua de las que circulan actualmente, corresponde a México el mérito de haber sido el país donde se editó la que se reconoce como la primera revista producida en el continente americano, surgida incluso 25 años antes que *The Medical Repository*, de los Estados Unidos.

Si bien hoy día se dispone de medios impresos y electrónicos que posibilitan la rápida difusión de los conocimientos y la aplicación de un tratamiento en cualquier parte del mundo poco tiempo después de haberse descubierto, no se debe olvidar la existencia de una época de producción de manuscritos reservados para unos pocos afortunados, a la que pusieron fin el surgimiento y la multiplicación de las revistas científicas¹⁶.

El 27 de junio de 1953, en México, surge una publicación llamada *Siempre!*, donde se puede apreciar análisis político, tanto mexicano como latinoamericano y mundial. Los primeros meses la publicación salía bien hasta que asesinaron al líder Rubén Jaramillo el 23 de mayo de 1962, iniciando una serie de reportajes que molestarían a Adolfo López Mateos retirando el patrocinio y continuando con la publicación José Pagés Llergo.

¹⁶ http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol8_2_00/aci05200.htm

Entre 1948 y 1961, el diario *Novedades* publicó el suplemento cultural *México en la Cultura* iniciado y también finalizado por Fernando Benítez. El propietario del diario *Novedades* fue Rómulo O´Farril, se fundó en 1938 por el periodista Ignacio P Herrerías.

Benítez dirigió el periódico *El Nacional* y fundó el suplemento *Revista Mexicana de Cultura* y fue aquí donde se daría paso a otras publicaciones dedicadas a la reseña y críticas del quehacer cultural mexicano como internacional.

En estos tiempos no existía tanta libertad de expresión, ya que eran censurados ciertos reportajes y se les acusaba a los reporteros de manchar la reputación de suplementos como diarios.

En el caso del semanario *Proceso*, inició el 6 de noviembre de 1976 por el periodista Julio Scherer junto con colaboradores expulsados de *Excélsior*, periódico dado a conocer el 18 de marzo de 1917 fundado por Rafael Alducín, dieron inicio primero a una agencia de noticias y después a lo que hoy conocemos como revista *Proceso*.

Scherer había sido ayudante, reportero, jefe de información y director del diario *Excélsior* de 1968 a 1976 y por la línea editorial e informativa que le imprimió al rotativo, crítica e independiente, entró en conflictos con los gobiernos de Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970) y Luis Echeverría Álvarez (1970-1976).

A pesar de diversas dificultades que se les presentaron al momento de publicar la revista *Proceso* siguió adelante hasta el día de hoy. Scherer dirigió la revista hasta 1996.

Otro personaje importante de la prensa mexicana y particularmente de lo que son las revistas mexicanas es Ignacio Rodríguez Reyna, quien fue fundador del Periódico *Reforma* y parte del que sería uno de los equipos de investigación periodística más importante de los últimos años en México.

Fue fundador y director adjunto de la revista *Milenio*, también de la revista de *El Universal*, fundador y director de la revista *Emeequis*.

A lo largo del tiempo la revista es un elemento que no ha perdido vigencia, su evolución la observamos en cuanto a los gráficos, los contenidos y el público, que día con día es más exigente, observamos que las revistas tienen una evolución en muchos sentidos, cada vez vemos la especialización de los temas hace ver que hay un público más diverso y el estudio de mercado se hace más grande.

La evolución de las revistas también nos indica que desde tiempos remotos las personas se encuentran interesadas en conocer temas de actualidad, reportajes y artículos de sumo interés.

En un principio la revista trata de temas aislados y es meramente texto, pero con el paso del tiempo nos damos cuenta que los gráficos toman importancia, comenzando por la caricatura, y después pasa a segundo término para dejarle un gran espacio a la fotografía, que en esta era cada vez más moderna se ha hecho de herramientas como el uso de gráficos por computadora para hacer a estas publicaciones cada vez más atractivas para el público, no sin dejar de lado los elementos de los cuales se ha valido desde el principio: la tinta y el papel.

Los temas de las revistas son tan diversos como su público, vemos también en sus páginas una evolución en la sociedad y por lo tanto en sus contenidos. Este público cada día más exigente no se conforma sólo con unas páginas o un texto de unas pocas líneas, tampoco se conforma con información escueta y con una vaga investigación, requiere de temáticas cada vez más especializadas y más enfocadas, no, a intereses ajenos sino a los propios.

Con el surgimiento de las revistas nos damos cuenta que en un principio los textos mostraban a una sociedad donde los hombres eran los únicos tomados en cuenta, mientras que niños, mujeres ancianos y personas con capacidades diferentes no eran el público meta.

Poco después se dieron cuenta de que los sectores dejados de lado también necesitaban informarse, es entonces cuando surgen los pequeños suplementos que encontramos como las recetas de cocina y las tiras cómicas. Pero esto no fue suficiente, entonces surgen medios para la demás población, aunque con muchas deficiencias debido a la poca información que se tenía y a las imposiciones de la sociedad.

Y así surgen revistas que con el paso del tiempo ahora nos muestran un panorama muy distinto al de aquel entonces.

Las publicaciones femeninas que anteriormente eran enfocadas a la mujer ama de casa ahora nos muestran una evolución siendo unas revistas para mujeres que no sólo cumplen el rol de esposa y madre, si no de una parte muy activa de la sociedad, como trabajadora, como votante, con opiniones e intereses en su persona y el medio que las rodea, tal es el caso de *Mujer Ejecutiva*.

En el caso de los niños ocurre algo parecido, anteriormente a los niños se les trataba como a individuos faltos de capacidad para comprender muchas cosas, pensaban que sólo comprendían los chistes cortos de las tiras cómicas, pero más allá de eso nos encontramos con que los niños son personas inteligentes, propositivas, que muestran gran interés por las cosas que les rodean, que no están inmersos en una cápsula que no les permite darse cuenta de que existen problemas en su casa, su comunidad y su escuela.

El mercado de publicaciones infantiles principalmente está enfocado a la diversión y pasatiempo de los pequeños, proporcionándoles también espacios reducidos dedicados a temas relevantes, tal es el caso de las revistas *Disney*, el rubro para preadolescentes, entre otras.

De alguna manera la etapa infantil es donde el niño puede aprender hábitos y situaciones que los marcarán el resto de su vida.

Es en esta etapa de la vida donde comenzarán a leer sus primeras líneas y a escribirlas, pero si no se le orienta adecuadamente puede que los libros de la escuela sean los únicos que un niño pueda leer en toda su vida.

Así la ciencia, en nuestro país hacen falta niños preparados, conscientes, de que existen mil formas de aprender, no sólo el método tradicional del maestro enseñando en el aula. El niño puede involucrarse con las matemáticas, con la geografía y con las demás materias siendo bien orientado dentro de un ambiente confortable a sus sentidos, con gráficos vistosos y temas enfocados a sus intereses.

Ecokids, pretende que la forma de mostrarle la lectura y el aprendizaje al niño sea con una base lúdica. Inclusive a nosotros como adultos nos da mucho tedio leer manuales que sólo tienen letras en su interior o los ejercicios donde se hacen planas monótonas, utilizando una sola técnica, pero si jugamos y nos divertimos tendremos mayor capacidad de abstracción y eso es lo que pretendemos con nuestra publicación, que sea guía hacia el aprendizaje y la ciencia en nuestro país de una manera divertida.

2

Los niños y la ciencia

¿QUÉ ES LA LITERATURA INFANTIL?

¿Qué leen los niños y qué les gusta leer? Es una pregunta que responderíamos superficialmente, los expertos consideran que las lecturas para esta pequeña parte del público forman la llamada literatura infantil, pero ¿Qué significa esto?, ¿Cómo es que se les ocurre crear algo así?

La literatura infantil es la que se escribe para los niños- desde los 4 a esa línea incierta de los 14 o 15 años- y que los niños leen con agrado. Supone unas determinadas características. Indispensables la claridad de conceptos, la sencillez, el interés, la ausencia de ciertos temas y la presencia de otros que no toleraría el adulto.¹⁷

La literatura infantil apareció en Inglaterra, se presentó primero en prosa y poesía; en la prosa se podía encontrar la leyenda, esas historias que nunca pueden faltar en las reuniones familiares y más cuando se va la luz; también se apreciaban los cuentos, fábulas y apólogo; y en la poesía se encuentran las canciones de cuna, en las monorrítmicas aparecen los juegos y rondas, estribillo y las enumerativas a base de animales, de los pequeños, la descriptiva, heroica y la lírica.

Esta corriente nos evoca imágenes, nos hace vivir en la imaginación del niño los sucesos con una fuerza irresistible, lo que la hace original y le da su propio lugar.

La literatura se centra en provocar en el lector no sólo un interés vital, también con un encuentro en el que predomine la emoción, el contraste y la fuerza de lo inesperado y repentino.

Existen 4 elementos que son la base de sustentación de esa literatura que son:

- **Carácter imaginativo:** expuestos en las leyendas, cuentos, fabulas, historietas, entre otras descrito más o menos de forma realista. Esta característica es de máximo interés para el niño.

¹⁷ Bravo- Villasante Carmen, *Historia de la Literatura Infantil Española*, Madrid, Ed. Revista de Occidente, 1959, pág. 11.

-
-
- Dramatismo: Es el reflejo del niño, traduce sus movimientos interiores y se siente vivir.
 - Técnica del desarrollo: La manera como se presenta la invención, es decir como esta escrita pues debe ser agradable y sencillo.
 - Lenguaje: Es el instrumento con el cual se desarrolla el drama.

Este proceso interactivo de comunicación en el que se establece una relación entre el texto y el lector, es lo que llamamos lectura, quien al procesarlo como lenguaje e interiorizarlo, construye su propio significado. Se trata de un proceso constructivo, ya que mientras el lector se atreve a descubrir las palabras plasmadas le va otorgando un sentido particular al texto según sus conocimientos y experiencias en un contexto determinado.

Lo que se llama 'lectura' sería, en efecto, una relación entre un objeto -caracterizado por un proceso específico que designamos como 'escritura'- en estado de reposo y una mirada que lo recorre.¹⁸

La literatura se vuelve una capacidad compleja, superior y exclusiva del ser humano en la que comprometen todas sus facultades simultáneamente y que comporta una serie de procesos biológicos, psicológicos, afectivos, y sociales que llevan al individuo a establecer una relación de significado particular con lo leído y de este modo lo llevará a adquirir una conducta.

Cada individuo, al comprometerse con la lectura se convierte en parte de una actividad social y fundamental, para conocer, comprender, consolidar, analizar, sintetizar, aplicar, criticar, construir y reconstruir los nuevos saberes de la humanidad y en una forma de aprendizaje importante para que el ser humano se forme una visión del mundo y se apropie de él, enriqueciéndole con un significado.

Cuando se habla de lectura, lo primero que se nos viene a la mente son las cuestiones académicas o simplemente pensamos que es un medio para mantenernos informados, pero la verdad es que es más que eso, es una práctica que beneficia a cada individuo que la ejerce, pues amplía su campo intelectual como en el social y personal. Mejora el manejo de las reglas de ortografía y gramaticales, lo que nos permite un mejor uso del lenguaje y escritura.

¹⁸ Jitrik Noe, *et. al.*, *Lectura y Cultura, La Crítica literaria*, México, Coordinación de humanidades, Dirección General de Fomento Editorial, 1987, pág. 17.

Esta actividad, o ejercicio de reflexión de alto nivel, desarrolla además nuestra imaginación y creatividad, dejándonos una fuente de cultura aumentando nuestra capacidad de concentración y memoria.

Es cierto que no nacemos con el don de leer, pero cuando nos enseñan, nos percatamos que existe un mundo más allá de las letras, que son las aventuras que podemos conocer en los libros, así podemos adquirir el hábito de la lectura, que no es más que estimular la curiosidad por los libros, es dejar que la imaginación se apodere de nosotros y ser parte de la historia.

Se dice que leer es básico para el progreso en el aprendizaje de cualquier tema, por ejemplo la velocidad y la fluidez son esenciales, éste tiene que ser un tipo de lectura donde el niño se desenvuelva y por lo tanto se interese aprendiendo más fácilmente, de esta manera el niño al interesarse en aprender se transformará en un lector capaz y motivado.

Cuando hablamos de hábito de lectura nos referimos no a un acto instintivo, sino todo lo contrario, éste debe ser adquirido gradualmente, adentrando a nuestro aprendiz a través de un libro, revista o periódico, deben enseñarnos y dejarnos ser parte de la lectura para que le tomemos aprecio y tengamos iniciativa de tomar un libro.

Si la lectura debe llegar a ser un hábito, debería ser también fuente de placer y nunca una actividad obligatoria, cercada de amenazas y castigos y enfrentada como una imposición del mundo adulto.

Si ha de ser un hábito, la lectura debe comenzar a ser sugerida lo más pronto posible en el proceso de formación del individuo.¹⁹

Definitivamente, si queremos que una persona obtenga la costumbre de leer entonces deberemos enseñarle desde sus primeros años. De hecho el niño aunque todavía no asista a la escuela pero sus padres le lean cuentos u otras historias, el niño se encontrará interesado, anhelando aprender a leer para deletrear sus historias favoritas y que mejor, que tomar dicha motivación para mostrarles una nueva formación, aunque difícil, pero que sea potencializada por el ámbito familiar, si ellos toman el libro y lo hojean, en vez de regañarlos porque lo puedan maltratar debemos darles la libertad de que sientan la textura de las páginas, observen los gráficos y leerles un poco.

¹⁹ Sandroni Laura Constancia, *et. al.*, *El niño y el libro Guía Práctica de estímulo a la lectura*, Colección Lectura y Educación, Bogotá, Ed. Kapelusz, 1984, pág. 17.

Es precisamente en la primera década de la vida cuando las personas pueden adquirir este hábito; en esos diez años se tiene la oportunidad de asimilar para siempre el placer de leer como una necesidad consentida y deseada. Los pedagogos afirman que se aprende a disfrutar de la lectura y, por lo tanto, hay que ser conscientes de que se trata de algo que se puede enseñar. Para ello es básico el núcleo familiar. Enseñar a leer es la asignatura que los padres deben transmitir a sus hijos, teniendo en cuenta siempre su carácter, motivación, apetencias e intereses.²⁰

Esta etapa de la que hablamos y que debemos formar, es la etapa del niño, es donde se inicia una preparación, en cierto modo, para determinar la conducta. El niño pertenece al llamado período de la vida humana, que se extiende desde la infancia hasta la pubertad, es el principio de cualquier cosa y es nombrada como la etapa de la niñez o de la infancia.

Se considera al niño, como un elemento activo que interactúa con el ambiente: examina, explora, compara, escoge, observa, clasifica sus experiencias, los objetos y los acontecimientos. El niño es considerado un inventor y un teórico. Sé es niño desde que se nace hasta aproximadamente los 11 años, es la etapa fundamental del desarrollo y crecimiento no solo físico, sino intelectual y emocional.

El niño imagina, crea, y narra incluso antes de hablar correctamente, demostrando sus preocupaciones e intereses de cada momento. A medida que el niño crece, las historias se complican, pero continúan involucrando experiencias y situaciones importantes para él.²¹

Existen muchos conceptos de lo que es un niño pero todas llegan a un mismo punto y es el que debe ser moldeado, como nos explica Rousas J. Rushdoony en su artículo El concepto del niño:

²⁰ <http://revista.consumer.es/web/es/20010301/miscelanea2/>

²¹ Sandroni, *op. cit.* pág. 21.

Un niño es un puñado de carne viviente, lleno de buena voluntad, reflexivo y sensible, neutral en cuanto al bien o al mal... y se halla totalmente en las manos de personas mayores. La pureza y la inocencia del niño se ven básicamente como una neutralidad moral. El niño es pasivo y ha de ser moldeado.²²

El niño de manera manifiesta se desarrolla en procesos de maduración que genera la ilusión de que la estructura no está constituida sino que se constituye.²³

Con la continua preparación, se dice que cada niño entre los 10 años y hasta los jóvenes ya de 15 años (a esta edad surgen cambios físicos que forman la etapa de la pubertad) deben redescubrir los principios fundamentales de la naturaleza e idear teorías que expliquen los fenómenos del mundo y la relación existente entre los objetos.

El niño, gusta de aquellos temas de aventuras ya que puede encontrar motivos en su vida cotidiana además de tener una relación creativa y sencilla donde la espontaneidad se manifiesta junto con los elementos anteriores creando así la denominación "infantil" para una literatura donde la moral siempre ha de estar presente interesando al niño dichas historias en las que ellos se sientan protagonistas y por ello es importante la transmisión de conocimientos básicos porque su necesidad es encontrar la explicación de los hechos que suceden a su alrededor.

Con la necesidad, surge la etapa infantil de la humanidad; grabando imágenes de animales que los primitivos pensaban, adquirirían un cierto poder mágico sobre ellos acercándolos a incrementar su caza.

Así la imaginación poblaba su mundo, originando las narraciones con símbolos que más tarde descubrió como otros podían verlos y por supuesto comprender, transmitiéndolos a través de generaciones, en las cuevas, después cincelándolos en columnas de piedra y para después escribirlos en materiales ligeros y portátiles como lo eran las llamadas hojas papiro que eran manejadas y enviadas de un lugar a otro.

²² http://72.14.253.104/search?q=cache:2_c_xPltX8cJ:www.contra-mundum.org/castellano/rushdoony/Concept_Child.pdf+concept_child&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=es&client=firefox-a

²³ Leserre Aníbal, *Un niño no es un hombre*, Buenos Aires, Ed. Atuel, 1994, pág. 17.

¿LOS BUENOS LECTORES NACEN O SE HACEN?

Para que un niño pueda tener el gusto por la lectura es indispensable que los padres le lean antes de nacer, posteriormente dedicarle por lo menos 15 minutos para que éste se vaya acostumbrando. Ésta es una herramienta de aprendizaje que le ayudará a ser una mejor persona, a adquirir conocimientos por lo tanto su cultura será amplia y tendrá criterio.

El contarle a los niños historias les ayuda a despertar sus sentidos y poco a poco se volverá un hábito. Es importante que si nosotros queremos que nuestro pequeño sea un buen lector debemos empezar por nosotros y tener una colección aunque sea pequeña de diversas publicaciones, así el niño sentirá la libertad de elegir el que más le parezca motivando su interés.

Los adultos somos o deberíamos ser el mejor ejemplo para los niños, es necesario que nos vea leyendo y disfrutando de los textos, ya que de ser así solito se acercará y pedirá le leamos la historia, para que el pequeño tenga mantenga el interés debemos explicarle también los dibujos, si realiza preguntas contestarlas, hacer más interesante la lectura y si se puede actuar cada escena, pues será más divertido.

Existen 3 clases de lectores que Fraser maneja para los adultos.

- Intelectuales.
- Prácticos.
- Los soñadores.

Por lo tanto, se dice que con dicha clasificación el escritor satisface la necesidad de cada lector.

Invita a los gustos de cada lector por ejemplo, al Intelectual le agradan estímulos mentales, es decir artículos de política, finanzas, asuntos extranjeros, de gobierno, nuevas investigaciones en la ciencia. También siente afición por la música y por las artes plásticas intelectual y emocionalmente. Gusta también de las novelas donde deben descubrirse enigmas.

La siguiente clase de lectores que son los Prácticos, Lee artículos que cree le ayudan en sus negocios o profesión. Lee las revistas técnicas que describimos anteriormente, ya que son las que le ayuda a producir más, vender mejor, conserva su salud, es fuerte y hasta vigoroso, simplemente le gusta algo que le produzca.

Finalmente, los Soñadores donde dice Fraser se encuentran la mayoría de los ciudadanos que desean sentir un poco de alivio alejándose de la realidad, hallando así una salida, buscando un mundo mejor donde sus deseos se encuentren plasmados en una revista.

Los autores de lecturas cien por ciento populares logran el éxito pero muchos se preguntan ¿por qué? Porque se explotan los deseos contenidos, les damos lo que les hace falta, quiere decir que más gente leerá nuestro documento y por lo tanto las regalías serán muy acogedoras.

Estudiando las emociones del lector dentro de la psicología y junto con la publicidad cualquier producto funcionará. Interés, afición, frustración y necesidad, son conjunto para un solo resultado, el éxito. La popularidad, las ventas por el buen contenido, por ser atractivo y una buena campaña publicitaria, es definitivamente el logro para que una revista se mantenga.

Trabajar con niños es más complicado, pues hay que saber bien cómo atraerlos ya que se aburren fácilmente. Sabemos lo que les gusta, lo que necesitan, sólo falta aplicarlo y adentrarnos un poco a su desarrollo psíquico como lo plantea Ponce, quien da 4 etapas de inteligencia y que analiza al niño desde sus primeros meses, lo mencionamos, ya que esto nos ayuda a confirmar que el niño desde pequeño tiene el interés de un producto que si, nosotros lo ponemos a su alcance, lo toca, le leemos, poco a poco le llamará la atención y llegaremos a nuestro propósito del hábito.

- Etapa de maduración. Comienzo del desenvolvimiento mental del niño, predomina la impulsividad y la emoción. De los 15 a 18 meses.
- De la Técnica, caracterizada por la “Invención de la mano”, la mano es el instrumento de análisis. Inicia la conquista de la Realidad.

-
-
- Egocéntrica. De los 3 a 7 años. El monólogo es la característica paradójica.
 - Pensamiento Racional. Entra la razón. Es la que mejor responde al desenvolvimiento de la mente. Hasta los 11.²⁴

Existen cosas que atraen al niño a simple vista, que es la presentación del material. Lo primero que puede ver un niño son las imágenes, pues así conoce al mundo antes de hablar, así que deben llamarle la atención los colores, el tamaño, la gracia de los personajes, el tipo de encuadernación, de manera que el niño pueda abrirlo, el material con que puede realizarse ya sea el tipo de papel, cartón, entre otros pues no controlan mucho los movimientos y su fuerza es pequeña, no son tan cuidadosos así que puede ser material resistente y entonces cuando saben leer las palabras deben ser sencillas, armoniosas, un lenguaje que se identifique con ellos.

Con lo anterior haremos que se forme una accesibilidad del niño a la lectura y qué mejor si se completa la cantidad del contenido que en lugar de ofrecer un producto clásico sea uno que le enseñe, que tenga conocimientos a través del entretenimiento ayudando a fomentar la lectura e impulsarlos a ser mejores hombres.

El niño empieza a descubrir el mundo, a conocer las cosas, el tiempo, espacio, su pensamiento, empieza a capacitarse a los 7 años, a los 12 empieza a desprenderse del razonamiento, de la afectividad. Desean saber el porqué de las cosas y siempre necesitan un guía en su formación, debemos alimentarlo de conocimientos para que siga interesándose en saber más. El niño absorbe todo cuanto se le diga y escuche, es lo que va formando su personalidad, su comportamiento.

Nuestro lector vive en un mundo de fantasía donde cosas extraordinarias suceden, todo elemento existente tiene vida propia por ejemplo los árboles son buenos bailarines, las piedras cantan, las botas caminan, todos estos sucesos son naturales para la mente del niño nada de esto les asusta, en su mundo las cosas son libres y el mundo está lleno de felicidad, pero estos elementos no están más que escritos en alguna historieta realizada por un adulto, que sin embargo le ayuda al niño a comprender y aprender.

Con esto el niño va creciendo y descubriendo más mundo pero al final el adulto siempre cultiva uno, el de su imaginación que es lo que gusta escuchar a los niños, debe existir un balance y que nuestro niño tenga un aprendizaje.

Para el niño, toda imagen cuenta una historia²⁵

²⁴ Jesualdo, *La literatura infantil*, Buenos Aires, 8ª Ed. Losada, 1982, págs. 65, 66.

Para los niños mayores la fantasía no desaparece, es por ese motivo el éxito de las series animadas en la televisión.

Hay que darle a los niños lecturas provechosas, de distracción y placer pero no para deshacernos de ellos un rato, hay que educarlos y prepararlos ya que responden a las necesidades del niño estas lecturas, les ayuda a sensibilizarse, apreciar la belleza, ayudar a los demás, tener valores, a querer, entre otros.

Se puede alimentar la imaginación del infante, dando inicio con el conocimiento de la realidad explicarles las cosas de acuerdo a su edad. Así, nos adentraremos al alma del niño fomentando su crecimiento intelectual a través de lecturas infantiles, entendiendo al pequeño, yendo junto a él tanto cultural como de diversión. El adulto ayuda en su formación sin mal informarlo, le crea valores perdurables que es lo que necesitan, el niño cuenta con pocas imágenes por lo que con una evolución mental aumenta su campo imaginativo haciéndolo creativo, jugando con su pensamiento y obtiene siempre nuevos conocimientos, se completa el placer y formación de un niño razonable, cubriendo sus necesidades en la identificación de hechos felices.

En dicha identificación se encuentra la emotividad de la historia fantástica, le encanta todo lo inesperado aunque sea algo que lo asuste ya que en realidad al momento solo ríe, la acción para ellos siempre esta presente porque les gusta ver luchar, triunfar, estos son elementos importantes que cubren la necesidad de los lectores.

Hay que complacer los gustos y estimular los intereses sin olvidar que los efectos que causan las ilustraciones sean impresionantes. El adulto es quién debe iniciar con la lectura para que el pequeño siga sus pasos. Si en el hogar hay buenos lectores entonces lo más seguro es que el pequeño también lo sea.

²⁵ Sandroni, *et. al.*, *op. cit.* pág. 21.

¿QUE TEMAS OFRECEN LAS REVISTAS?

Cada lectura ofrecida en libros, revistas, periódicos infantiles tratan diversos temas dependiendo el interés de cada lector pero consideramos que los temas que más sobresalen en los textos son sólo 4:

- El hombre
- Familia
- Sociedad
- Vida

El hombre es la base de cada historia, es por lo regular el protagonista es quien lucha, sufre, tiene diversos obstáculos pero al final siempre triunfa siendo el ejemplo del niño.

Familia. Los problemas que puede haber con ella y todo lo que provoca a un individuo, es la que le impulsa al ser a sobresalir, a luchar, a ser valiente y enfrentar conflictos, y recordar que con ayuda de su familia es quien decide que existe un lazo de unión perfectamente determinados porque cada integrante de ella es fundamental para que funcione y para que exista la felicidad ya que recordemos este concepto es el que más gusta y por ende el que más aparece en las historias.

Entiéndase como familia no sólo el núcleo, aquí también se incluye toda persona con la que se comparten lazos afectivos. Como los amigos incluso las mascotas.

Sociedad. El niño reclama a la sociedad, observa integración social, problemas de guerra, racismo, soledad, incomunicación. Este tema favorece la integración del niño en la sociedad y la comprensión de unas circunstancias reales vividas por muchos lectores. Hay horror y dificultad en la guerra pero se desarrolla frente a eso un proceso interior que provoca la búsqueda de la paz, pues es posible.

Estos fenómenos incomunicación, solidaridad, amistad, odio, amor favorecen al niño la toma de conciencia de cual debe ser su actitud en la vida, si es capaz de perdonar, de incorporarse a la acción, de vivir o morir. Es la emoción de conocer lugares, personas que lo llevaran a las experiencias y a la resolución, confianza, seguridad, independencia de lo que quiere para su existencia.

Consideremos el ámbito escolar, el lugar donde el pequeño comienza a desenvolverse en sociedad, con normas, obligaciones, inclusive recompensas y derechos masivos.

Vida. Unida con la sociedad que es la que le da el valor de seguir adelante, de tener ilusiones, ser optimista, es el resultado de ser capaz de responder a la sociedad.

De esta manera nos damos cuenta que podemos hablar con los niños de todo lo que uno desee, historia, física, biología, sexualidad, los niños tienen derecho a conocer su mundo y todo tema para ellos es asombroso según la forma.

UN NUEVO TEMA

¿LA CULTURA ES ENTRETENIMIENTO?

Nuestro propósito es cultivar al niño a través del entretenimiento, esto significa llevarles conocimiento. Es la capacidad humana, para adaptarse a distintas circunstancias, transmitiendo este conjunto de instrumentos y conocimientos aprendidos, dicho modo de vida debemos desarrollarlo mediante los esquemas mentales y de conducta, incluye como mencionamos antes valores, ideas, actitudes y símbolos.

Desarrollo de la capacidad intelectual producido por el conjunto de artes, filosofía, ciencias y técnicas creadas.

Es la mediación cognitiva, afectiva, material que nos permite poseer una identidad y posibilita nuestro ser relacional.²⁶

El diccionario de la Real Academia Española nos define también lo que es la cultura:

Conjuntos de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, grupo social, etc.²⁷

En la tesis titulada *Elementos para una propuesta educativa de un museo interactivo de ciencia, tecnología y cultura en el Estado de Colima*, nos dice su autora Lic. Minerva Maciel Morán que la cultura es el conocimiento implícito del mundo, un conocimiento por medio del cual la gente establece formas apropiadas de actuar en contextos específicos.²⁸

La manera más sencilla de que el niño adquiera dichos conocimientos es entreteniéndolo, es decir que la forma de enseñanza sea divertida.

²⁶ <http://www.definicion.org/cultura>

²⁷ Real Academia española, *Diccionario de la Lengua Española*, Madrid, 2001, pág. 714.

²⁸ Maciel Morán Minerva, *Tesis Elementos para una propuesta educativa de un museo interactivo de ciencia, tecnología y cultura en el estado de Colima*, Universidad Jesuita en Guadalajara, Tlaquepaque, Jalisco, Noviembre 2006, pág. 31.

El entretenimiento es una diversión con la intención de fijar la atención de una audiencia o sus participantes. La industria que proporciona entretenimiento es llamada industria del entretenimiento. El entretenimiento también se fusiona con la educación, produciendo formas más eficientes y rápidas de aprender. Este concepto se conoce como *Edutainment*.²⁹

El entretenimiento es la capacidad de atraer la atención de las personas, pero existen diversas formas para lograrlo, ya que algunas cosas entretenidas para algunos, no lo es para otros. Enfocándonos a los niños, el entretenimiento se basa en los gustos, como son los juegos, éstos representan entretenimiento y diversión, risas, colores, elementos que se pueden combinar para llegar a un objetivo, hacer cualquier cosa relacionada con la cultura, colocando elementos divertidos que entretengan a los individuos, de ésta manera aprenden lo que es cultura. Temas como la física, historia, biología, entre otras, pueden volverse juegos para ser captados por los niños de forma inmediata obteniendo conocimientos.

Existen libros, revistas, programas de radio, televisión, etc., donde podemos encontrar este tipo de combinación: cultura-entretenimiento, de todo se aprende y se obtienen conocimientos, sin embargo no en todo lo que represente entretenimiento existe la cultura, pero todo lo que es cultura puede ser guiado al entretenimiento.

La cultura es la esencia del ser, pues el individuo viene con tradiciones, valores, experiencias, conocimientos, son modelos que han adquirido no sólo en el transcurso de su vida si no a través de generaciones y esto es sinónimo de educación.

La educación se combina con entretenimiento para producir formas más eficientes y rápidas de aprender.

Se trata de una estrategia efectiva para que el ser humano vaya adquiriendo conocimientos de un interés específico. Lo que aquí nos interesa transmitir es ciencia, pero ¿quién dice que la ciencia no es entretenimiento?, que ¿No es divertida?, el resultado de la ciencia es la cultura, es saber, aprender, a través de diversos temas, el resultado siempre será el mismo: el conocimiento, la ciencia por ejemplo es todo lo que observamos, los videojuegos, tanto el aparato como el software, la computadora, la televisión un gran avance científico por parte de Guillermo González Camarena, es una forma transmitir entretenimiento, cualquier programa que observemos es una experiencia para aprender, pero en diferentes grados, la cultura si puede transformarse en

²⁹ <http://www.lingoz.com/es/dictionary/entretenimiento>

entretenimiento pero no todo el entretenimiento representará cultura,
observemos la ciencia como ejemplo.

CIENCIA IGUAL A CULTURA

Un ejemplo de realizar temas culturales de forma divertida, es la divulgación científica, es decir se refiere fundamentalmente al saber, este es un conocimiento verdadero.

El divulgador Arthur Mangin afirma, en el prólogo de una de sus obras, que un libro de divulgación científica debe conjugar 2 elementos: <Uno accesorio, que es la ficción, la pequeña trama que ameniza el diálogo; y otro esencial, que es la serie de lecciones científicas que constituyen el objeto del diálogo> (en Raichvarg y Jaques, 1991; pág. 111).³⁰

El niño puede aprender ciencia si se la sabemos enseñar.

En el uso corriente la palabra ciencia se aplica a una gran variedad de disciplinas o actividades intelectuales que tienen ciertas características en común³¹

En el artículo de Manuel Calvo Hernando dice que la divulgación científica, comprende todo tipo de actividades de ampliación y actualización del conocimiento, con una sola condición: que sean tareas extraescolares, que se encuentren fuera de la enseñanza académica y reglada. La divulgación nace en el momento en que la comunicación de un hecho científico deja de estar reservada exclusivamente a los propios miembros de la comunidad investigadora o a las minorías que dominan el poder, la cultura o la economía.³²

La ciencia puede obtenerse de diversas formas; sin embargo, se aprecia perfecto en los llamados documentales, que pueden traer diversos temas.

³⁰ Bienvenido León, *El documental de divulgación científica*, Barcelona, Ed. Paidós, 1999, pág. 31.

³¹ *Enciclopedia Salvat de la Ciencia y Tecnología*, tomo 2, Barcelona, Ed. McGrawHill, 1964, pág. 718.

³² <http://www.manuelcalvohernando.es/articulo1.php?id=36>

Los documentales de divulgación científica llevan implícitos algunos de los valores generalmente aceptados en las últimas décadas, entre los que destacan, por ejemplo, la creciente importancia de la ciencia en el mundo moderno, o la necesidad de preservar la naturaleza de la agresión humana.³³

El documental informa y tiene la función de ofrecer conocimiento, además de que es la búsqueda de bienestar y de poder, buscando la verdad en sí misma, es una actividad social que no solamente se trata de comunidad investigadora, además cuenta con la sociedad que es la mayoría.

La buena divulgación destaca por su capacidad de adaptar el contenido científico a los intereses y las formas de entender del público.³⁴

La divulgación se escribía para especialistas, dejando a un lado a la sociedad, pues los términos que utilizaban eran y son demasiado técnicos, sin embargo a partir de que se empezó a conocer la ciencia los escritos son dados a conocer de manera sencilla para que todos puedan entender.

Martin, señalado en la tesis de Maciel Morán dice que la divulgación debe emplear un lenguaje con tal nivel de claridad como el que la gente emplea en su vida cotidiana.³⁵

Divulgar se puede considerar como compartir ideas, información acerca de hechos comprobables, que han tenido años de estudio para llegar a una conclusión del surgimiento de las cosas, al razonamiento de los hechos, teniendo como propósito acercar a todos a los temas científicos, tecnológicos, a las sociedades que no tienen nada que ver con la ciencia, con el fin de poder obtener dicha información y sobre todo conocimientos en general.

La ciencia se encuentra en los museos, conferencias, bibliotecas, cursos, revistas, cine, radio, prensa, televisión, el lenguaje es adaptado para que todos puedan tener acceso y transmitirlo a nuevas generaciones. No sólo en la escuela pueden aprender, el mundo está rodeado de cosas científicas, de tecnología, es lo que hace que el mundo evolucione.

³³ Bienvenido León, *op. cit.*, pág.137.

³⁴ *Ibidem.*, pág. 173.

³⁵ Maciel Morán Minerva, *op. cit.*, pág. 45.

Del Río afirma que divulgar la ciencia es recrear la realidad científica con elementos de la realidad cotidiana.³⁶

El divulgador tiene la tarea de trabajar detalladamente sobre el público para mostrar la infinidad de conocimiento que existe en nuestra mente, así como la importancia que ésta tiene sobre el hombre.

No es necesario que el conocimiento llevado a otros se encuentren inmiscuidos en dichos temas. Todas las personas tienen derecho a formar parte de este lenguaje con el fin de enriquecer su cultura con los nuevos saberes.

En la tesis de la Lic. Minerva Maciel Morán, en la página 161, nos dice que:

“Cualquier grupo o comunidad cultural sea indígena, o no lo sea, posee un bagaje cultural transmitido de generación en generación y que sería imposible romper. En consecuencia, lo viable sería pensar en estrategias que no afecten su saber, pero les permitan tomar conciencia de que existen otras formas de conocer (conocimiento científico) que ofrecen alternativas de entender lo que pasa en nuestro mundo y universo, como a la especie humana con una visión objetiva y evidencias bajo un riguroso método científico.”³⁷

Anteriormente las grandes ciudades empezaron a difundir hechos y juicios sobre ciencia y tecnología en gacetas y mercurios, es decir folletos enfocados a artículos de opinión y comentarios culturales sin olvidar la política. Después surgieron diversos investigadores y científicos, a partir de este momento se observa la importancia que tiene la divulgación, dando paso a los museos, periódicos, catálogos, boletines, entre otros. Se apreciaban colecciones de flora, fauna, artículos de exploración. Los investigadores tenían sus propias publicaciones y lugares de reunión, poco a poco, éstos fueron creciendo y llegaron al público en general, donde estaban más interesados que otros.

Se maneja que una de las primeras publicaciones de divulgación científica fue el folleto del señor Carlos de Sigüenza y Góngora, astrónomo que realiza dicha publicación para disipar los temores de la población por la visita de un cometa en el año de 1681, para 1690 creó el libro llamado *Libra Astronómica y Filosófica*. En 1722 Juan Ignacio María de Castoreña Ursúa y Goyeneche publicó su gaceta de México y noticias de nueva España, donde incluían

³⁶ *Ibidem*, pág. 33.

³⁷ Minerva Maciel Morán, *op cit.*, pág. 161.

noticias científicas y técnicas; en 1768 se publicó *Diario Literario de México* publicado por José Antonio Alzate y Ramírez, esto dio un gran paso a la ciencia ya que fue calificado como el primer periodista científico de la Nueva España. En este mismo año se fundó la primera revista médica del continente americano por José Ignacio Bartolache titulada *Mercurio*, volante con noticias importantes y curiosas sobre varios asuntos de Física y Medicina; En 1772 se publicó el periódico *Asuntos varios sobre Ciencias y Artes* y para 1787 publicó José Antonio Alzate y Ramírez la obra con el mismo título; En 1787 también se publicó el periódico científico *Observaciones sobre la Física, Historia Naturales Artes útiles*; ya para el año de 1800 periódicos como el *Semanario Económico de Noticias Curiosas y Eruditas sobre Agricultura y Demás Artes y Oficios* y el *Mentor Mexicano* se empiezan a publicar por Wenceslao Barquera; en 1808 aparece una obra llamada *Ensayo Político* sobre el Reino de la Nueva España, que se encargaba de difundir aportes científicos mexicanos entre los europeos.

Mosaico mexicano, en 1840 donde podía encontrarse poesías, cuentos y anécdotas de interés científico, éste se publicó en 18 volúmenes y estaba en manos de Ignacio Cumplido, también se creó la revista *Museo Mexicano*, publicada de 1843-1845 fue llamada la Miscelánea Pintoresca de Amenidades Curiosas e Instructivas. La Ilustración Mexicana, el *Álbum Mexicano* en 1849, en 1851 *Biblioteca mexicana popular y económica. Ciencias, literatura y amenidades*. En la mayoría de estas publicaciones aparecían escritos de ciencia mezclados con cuentos, poesía y capítulos de novela, tanto traducciones como trabajos originales.

Revista Científica y Literaria de México creada en 1845, al igual que *La ciencia recreativa*, publicación dirigida a los niños y a la clase trabajadora, editada por José Joaquín Arriaga (fundador de la Sociedad Mexicana de Historia Natural).

Otras publicaciones son *El Año Nuevo*, 1861, periódico semanario de literatura, ciencias y humanidades; *Anales y Boletín*, 1877, publicaciones del Museo Nacional y más tarde *La Naturaleza*, publicación de la Sociedad Mexicana de Historia Natural; *Memorias de la Sociedad Científica* Antonio Alzate (antecedente de la Academia Mexicana de Ciencias), 1892; *El Universo*, revista de la Sociedad Astronómica de México, 1941, editada por don Alberto González Solís; *Ciencia*, revista de la Academia de la Investigación Científica, 1943.

Se realizaron colaboraciones de diversos periodistas científicos, como Juan José Morales Barbosa, en *Diario de la Tarde, México en la Cultura* (dirigido por Fernando Benítez, suplemento de Siempre), *Revista de Revistas, Mañana y Contenido*, 1957; *Mixhuntul*, Facultad de Ciencias, UNAM, 1957 (revista interdisciplinaria), donde incluía artículos de ciencias sociales y humanísticas; en ese mismo año también se publicaba por parte de la Sociedad Matemática, la *Revista Matemática*, los artículos principales eran sobre aplicaciones y cultura matemática.

En diciembre de 1968, surgió una publicación dirigida por Luís Estrada de la Asociación para la Divulgación Científica H. A. Lorentz, A.C., Sociedad Mexicana de Física y UNAM, precisamente del boletín de dicha sociedad, fue la revista bimestral denominada *Física*. Trabajó con el patrocinio del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt). El tiraje que manejaban era de 1300, con una distribución internacional, ya que se publicaba en español e inglés, las medidas de sus notas son de: 27.5 X 21 CM.

En su contenido podemos apreciar, cartas. Reportes originales de investigación o instrumentación que requieren publicación rápida. Las cartas tienen una extensión máxima de siete cuartillas. 2. Revisión. Análisis críticos originales del estado del conocimiento en temas específicos de física. 3. Investigación. Artículos con resultados originales en el campo de la física. 4. Instrumentación. Artículos originales sobre diseño y construcción de instrumental científico, dispositivos y circuitos integrados. Estos artículos presentan y describen principios físicos aplicados en forma novedosa a la instrumentación, así como instrumental o técnicas originales para la solución de problemas físicos. 5. Enseñanza. Artículos que muestren formas nuevas y originales de presentar conceptos o problemas de física, experimentos o diseños que puedan llevarse a cabo en los laboratorios y programas originales de simulación. También se publican artículos de introducción a temas novedosos y de actualidad, así como investigaciones educativas en física y desarrollos curriculares. Estos artículos deben situar el tema tratado en un contexto general e ilustrar las ventajas de los métodos y formulaciones expuestos.³⁸

A la revista anterior *Física*, le fue cambiado el nombre a *Naturaleza*, creada en 1970 y que se dejó de publicar hasta 1984, dirigida también por Luis Estrada. Se publicó con la colaboración del Departamento de Ciencias de la Dirección General de Difusión Cultural de la UNAM. Dicha publicación era bimestral, los temas principales eran las ciencias exactas y naturales.

Ciencia y Desarrollo. Con la coordinación de Manuel Buendía, Norma Castro y Rogerio Ramírez Gil surge en Marzo-Abril de 1975 bajo la dirección de Gerardo Bueno Zirión, CONACYT. Publicación con una distribución bimestral, su precio \$20.00 m.n, salió a la venta en español. Se podían encontrar ensayos, reportajes, reseñas bibliográficas y noticias sobre el acontecer de la

³⁸ <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/HomRevRed.jsp?iCveEntRev=570#>

ciencia tanto nacional como internacional.

En el año de 1977 inició otra publicación llamada *Información Científica y Tecnológica*, editada por el CONACYT, teniendo un tiraje de 20,000 ejemplares y llegando a un público más amplio.

En 1980 la Universidad Veracruzana empezó a publicar el periódico *Extensión*, un periódico de divulgación científica y tecnológica.

Chispa. Revista considerada como la primera publicación de ciencia para el público infantil en América latina.

“*Chispa*, además de ser la primera revista de divulgación para niños en Latinoamérica, fue también una escuela para acercar a los niños a la ciencia y la técnica, así como para formar a los divulgadores”³⁹

Dirigida por Guillermo Fernández de la Garza, es creada en Septiembre de 1980-1999. Apoyada por Innovación y Comunicación, S.A. de C.V. Editada por Susana Buyo y diseñadora Peggy Espinosa.

“*Chispa* se caracteriza por un contenido que estimula la habilidad de pensar y satisfacer la curiosidad, mediante experimentos, actividades y diversos textos que acompañan las múltiples ilustraciones de sus páginas. La publicación cuenta con más ilustradores que redactores, lo que se refleja en su diseño, el cual despierta la atención del joven lector.”⁴⁰

Dicha publicación contaba con 32 páginas, disminuyó a 16, se manejaba un tiraje de 20,000 a 40,000 ejemplares, una revista independiente dirigida para niños de 8 a 12 años, con un costo de \$15 m.n. la encontrábamos solamente en los centros comerciales Sanborn's, era una publicación mensual, posteriormente se manejó de forma bimestral y manejaba un tiraje de 5,000 publicaciones.

³⁹ http://www.dgdc.unam.mx/muegano_divulgador/no_30/imprescindible.html

⁴⁰ <http://www.jornada.unam.mx/1999/12/13/cien-leer.html>

Cuadernos de Nutrición, 1981, publicaba temas de alimentación y nutrición, daba a conocer avances científicos y tecnológicos, estimulaba a los jóvenes investigadores publicando sus aportaciones, era una revista bimestral.

Ciencias. Otra de las publicaciones de la Facultad de Ciencias, elaborada por el Grupo de Difusión del Departamento de Física de la misma facultad, era una publicación trimestral, se podían encontrar temas de ciencias naturales y sociales. Surgió en 1982, abarcaba un tiraje de 3,200 publicaciones, con un precio de \$25 m.n. y con una distribución internacional dirigida al público con nivel universitario.

Prisma científico. Publicación trimestral, dirigida por José de la Herrán quien también dirigió la Asociación Mexicana de Periodismo Científico (AMPECI) y junto con Rocío Incera dieron vida en 1982 a dicha publicación.

En 1983 surgió el periódico *Los Universitarios* con una periodicidad mensual, editado por la UNAM, es en el mes de septiembre que este periódico decide publicar un número especial dedicado a la divulgación de actividades científicas realizadas en México en el siglo XX en las áreas de astronomía, física y biología.

Contactos. Es una revista que ha sufrido diversos cambios tanto en contenido como en periodicidad, contaba con una periodicidad bimestral posteriormente fue trimestral, publicada por la Universidad Autónoma Metropolitana de Iztapalapa, surgió en enero de 1984, se creó con el objetivo de producir una enseñanza de ciencias básicas e ingeniería. Tenía una distribución nacional con un precio de \$35 m.n. con un tiraje de 1000 ejemplares.

Elementos, 1984, Revista trimestral de ciencia y cultura, auspiciada por la Universidad Autónoma de Puebla, México. Funge como medio de comunicación internacional entre la comunidad científica y los estudiantes universitarios, así como el público en general. El material informativo abarca un amplio espectro temático incorporando desde textos en el campo humanístico, hasta los más recientes avances en las ciencias naturales y exactas. El contenido se basó en las colaboraciones de profesores e investigadores de todos los ámbitos académicos, era un foro abierto a la discusión y el análisis. Esta publicación, *Elementos*, incluye como parte de su propuesta temática, el discurso visual de un creador artístico que en cada número era seleccionado e invitado a compartir su trabajo, manejaba un costo de \$25 m.n y con una distribución internacional. Surgió en 1984 y podemos apreciarla hasta el día de hoy.

El barco de papel. Publicación dirigida a los niños que surgió en 1985 producida por el centro michoacano para la enseñanza de la ciencia y la tecnología. Su primer director y editor fue Salvador Jara Guerrero.

En 1988. Inicia la publicación en la Universidad Veracruzana de la revista semestral *La ciencia y el hombre* con reportes de investigación y artículos de divulgación.

En 1989. Se empezó a publicar el boletín bimensual *Oikos* con un tiraje de 1000 ejemplares, como parte de un programa de difusión para dar a conocer labores de investigación por parte del Centro de Ecología de la Universidad Nacional Autónoma de México; *Tópicos de Investigación y Posgrado*, fue la revista de la Facultad de Estudios Superiores de la UNAM.

En 1990. *ConCiencia*, revista de divulgación científica orientada a alumnos de bachillerato y licenciatura como a profesionistas y público en general. Manejaba una división de 4 áreas: Física, Biología, Computación y Matemáticas, que corresponden con las carreras que ofrece la Facultad de Ciencias. Tenía secciones como cápsulas, mujeres científicas, pasatiempos, preguntas a la ciencia y otros artículos. La idea surge por los miembros de la Facultad de Ciencias de la Universidad Autónoma de Baja California, en Ensenada; En Aguascalientes la revista *Investigación y Ciencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes* inició a publicarse, mientras que la *Gaceta UNAM*, fundada el 23 de agosto de 1954 publicó 226 artículos dedicados a la ciencia, a través de entrevistas, reportajes y notas informativas.

En 1992. Surgió la sección *Ciencia* en el periódico El Universal Puebla-Tlaxcala, con el fin de divulgar las diversas actividades científicas que realizan las instituciones de educación superior e investigación de los estados de Puebla y Tlaxcala, teniendo como responsables a Ismael Ledesma Mateos, de la Escuela de Biología de la Universidad Autónoma de Puebla y Efrén Vega Simont como encargados de dicha columna; *Divulgare*, publicación que nace este mismo año, por parte de la Universidad Autónoma de Baja California, era una revista trimestral, donde los principales temas son las ciencias exactas y naturales; *Ciencia Nicolaita*, editada por la Coordinación de la Investigación Científica, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo en Octubre, en sustitución del Boletín de la Coordinación de la Investigación Científica.

En 1993. Surge la Revista *Cronocopio* publicada por la Facultad de Ingeniería de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, su objetivo: promover la educación y cultura científica.

1994. *Meteorito*, revista que se empezó a editar por parte del Centro de ciencias de Sinaloa; en 1995 el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey inició la publicación de la Nueva Época de la revista IPN, *Ciencia, Arte y Cultura*, iniciando también la revista *Calidad Ambiental* en el mismo año.

1996. *Discover* en Español con el lema “un mundo de ciencia y tecnología” inició su publicación; *Especies*, publicación científica en el campo de la biodiversidad; *Kuxulkab* inició también su publicación semestral por parte de la

División Académica de Ciencias Biológicas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

¿Cómo ves? Publicación mensual, surge en 1998, editada por la UNAM Dirección General de Divulgación de la Ciencia y Dirección General de Información, cuenta con un tiraje de 20,000 publicaciones y tiene un precio de \$25 m.n. maneja una distribución nacional, en algunas partes de Estados Unidos y Centroamérica. Tiene 40 páginas y la revista está diseñada completamente a color. Su primera editora: Estrella Burgos.

Se pueden encontrar temas de ciencias naturales, tecnología, ciencias sociales, salud, matemáticas, entre otros. Está dirigida a chicos de bachillerato y licenciatura.

“El principal objetivo de la revista es acercar a los lectores al quehacer científico y tecnológico, tanto a los resultados de éste como a su historia y sus métodos, en forma amena y atractiva”.⁴¹

En 1998 surge un boletín mensual de comunicación interna llamado *Vulcano* por parte de la Sociedad Mexicana para la Divulgación de la Ciencia y la Técnica (SOMEDICYT); Surge la publicación de un suplemento semanal en el periódico la jornada denominado *El Lunes en la Ciencia* editado por Patricia Vega, de dicho suplemento se deriva un espacio radiofónico con el mismo nombre; La Semarnat (Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca) empieza a publicar la revista *Desarrollo Sustentable*, de divulgación sobre temas de medio ambiente y recursos naturales; La coordinación de Divulgación de la Ciencia de la Universidad Autónoma del Estado de México funda la revista *Cultus*, dirigida a un público adulto, con un suplemento titulado *El caracol*, dirigido específicamente a la comunidad infantil; El Consejo Estatal de Ciencia y tecnología del estado de Puebla publica su boletín, con noticias sobre lo mas sobresaliente de la Ciencia y la Tecnología.

En La Dirección General de Divulgación Científica de la Universidad Nacional Autónoma de México inicia la publicación, del boletín mensual *El Muégano Divulgador*, a partir del año 2000. El Fondo Mexicano para la Educación y el Desarrollo AC empieza a publicar en el mes de julio el boletín *Matemáticas para Todos*, con el fin de divulgar las matemáticas y promover una mejor enseñanza. *Diálogos* con un tiraje de 1000 ejemplares, inicia la publicación en el Estado de Tabasco por el Consejo de Ciencia y Tecnología de dicho estado; *Conversus*, revista mensual “donde la ciencia se convierte en cultura” se publica a partir de julio del 2000 por El Instituto Politécnico Nacional (IPN). No

41

http://prensa.ugr.es/prensa/dialogo2/biblioteca/comunicacion_social_ciencia/template_libro_files/archivos/capitulooctavo.pdf

quedándose atrás los diarios como Tabasco Hoy, crea la sección *Ciencias* que incluye colaboraciones del Consejo de Ciencia y tecnología de Tabasco (CCYTET) y del Club de Ciencias Arturo Rosenblueth.

La ciencia ha ido entendiéndose para llegar a los lugares más ocultos y que todas las personas aprendan a escuchar, ver y tocar todo lo que la ciencia nos ha dado. El mejor ejemplo se aprecia en los medios de comunicación: televisión, radio, prensa por eso se han mencionado las publicaciones anteriores, algunas ya desaparecidas por la falta de apoyo económico.

Gracias a la creación de una Institución cuyo objetivo fue y sigue siendo apoyar a la ciencia, la Facultad de Ciencias ha ofrecido apoyo para la distribución de la ciencia, todas las investigaciones y testigos se han ido colocando en los museos, el Museo Nacional, conocido como la institución base para la divulgación de la ciencia y técnica, con la finalidad de que la ciencia se encuentre al alcance de todo público.

Existen diversas muestras de divulgación científica: Consejo Nacional de Ciencia, Dependencias de la SEP, Sociedad Mexicana para la divulgación de la Ciencia y la Técnica, a su vez éstas cuentan con boletines, periódicos, y algunas hasta con programas de televisión y radiofónicos.

Afortunadamente todos están expuestos al conocimiento, no como en la antigüedad donde toda la información científica se encontraba en los textos escritos en latín, de manera que el conocimiento llegaba a unos cuantos.

Ciencia, era una palabra relacionada con cosas sobrenaturales, con el paso del tiempo éstos miedos se han ido quitando a través de la enseñanza para tener una mejor comprensión acerca de dichos temas, considerando a la ciencia como parte de la vida cotidiana.

Cada uno busca la forma de enseñar dicho conocimiento, algunos con creatividad e imaginación, con lo cual han surgido conceptos como la ciencia ficción, temas que observamos en las revistas, libros, cadenas de televisión y hasta el cine, la más joven de las bellas artes, como Internet, combinación de lo escrito y lo visible, pues las páginas web además de información contienen videos e imágenes de todo lo que va sucediendo en el mundo y la información llega de manera instantánea, teniendo acceso total, en cualquier lugar del planeta.

Todo esto surge del intercambio de necesidades, deseos y expectativas del público, para llevarlas al conocimiento como mejor le parezca, para mostrarles lo que existe y lo que se va descubriendo en el transcurso del tiempo, sin embargo necesitan más apoyo ya que desafortunadamente muchas publicaciones científicas van saliendo del mercado porque no se recibe ningún tipo de ingreso o se les deja de patrocinar, esto no solo sucede con las revistas, anteriormente en México el apoyo a los avances científicos eran

escasos, la ciencia no era tan sobresaliente por cuestiones que hemos mencionado, existen muchos científicos mexicanos que debido a la falta de apoyo económico han tenido que terminar sus proyectos en otros lugares, ya sea porque el equipo que se tiene no es suficiente o por la falta de capital, poco a poco se han ido creando instituciones que invierten más en los talentos mexicanos y que ya no dependen tanto de la tecnología y capital extranjeros y también como resultado el que no exista tanta fuga de talento científico, sin embargo aún falta incrementar el apoyo económico y fomentar actividades propias de la ciencia como visitar más los lugares donde se pueda apreciar ciencia, para esto repasaremos fechas a través de una pequeña cronología científica mexicana.

Iniciamos desde el año 1880 que con la unión de los investigadores se crea la Sociedad Científica Antonio Alzate.

En el año de 1887 surge otro hecho importante para la divulgación de la ciencia, sería en el Observatorio Astronómico Nacional que empieza a recibir visitantes en sus instalaciones de Tacubaya para mostrar a la gente telescopios y algunos objetos estelares, convirtiéndose en pioneros de la divulgación científica en México.

En 1902 se fundó la Sociedad Astronómica de México, es llamada la primera institución mexicana cuya función es la divulgación de la ciencia en particular la Astronomía.

En 1909 se fundó en la ciudad de México el Museo Nacional de Historia Natural, El Chopo.

En 1948 la Sociedad Astronómica de México inauguró el primer Planetario que se creó en el país, en el edificio de la Sociedad en el parque la colonia Álamos de la ciudad de México.

Para el año 1950 se iniciaron actividades televisivas en la UNAM. La primera transmisión fue un video médico; En 1964 se inauguró el Museo de Historia Natural teniendo como director a Alfredo Barrera, se creó con el propósito de promover el aprendizaje de las ciencias naturales entre sus visitantes sustituyendo al del chopo de 1909.

En el año de 1970 se creó el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt); este mismo año Luís Estrada promueve la creación del Departamento de Ciencias en la Dirección de Difusión Cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México, siendo nombrado director; también se inauguró el Museo Tecnológico de la Comisión Federal de Electricidad ubicado en el parque de Chapultepec. Un año después se creó en la UNAM el Departamento de Radio, Cine y Televisión que producirían los primeros años tres series en las que procura integrar la divulgación científica y humanística con enfoques interdisciplinarios; iniciando también en 1971 la transmisión de la serie documental *Problemas del mundo y del hombre* por canal 4, programas de asuntos de divulgación científica y tecnológica en 27 minutos. En 1972 se

fundó la Asociación Mexicana de Planetarios (AMPAC), se inició también el paso en programas de radio a través de Radio UNAM con la serie Actividades Científicas, realizado por un verdadero divulgador científico Juan José Morales.

En 1978, fue el año en que se inauguró el Planetario Alfa, considerado como uno de los pioneros en México al utilizar el concepto de museo interactivo. Esta sala sería la primera de América Latina en contar con el sistema de proyección hemisférica ImaxDome, surgió en Monterrey, Nuevo León, teniendo el edificio como forma principal un cilindro inclinado con una altura máxima de 34 metros, este diseño fue creado por el arquitecto Fernando Garza Treviño.

En 1980, en el mes de abril, se creó a partir del centro Experimental de Comunicación de la Ciencia, el Centro Universitario de Comunicación de la Ciencia de la Universidad Nacional Autónoma de México.

En 1982. Se construyó un edificio en el que se inauguró el planetario Severo Díaz Galindo, en honor a un sacerdote científico en Jalisco promoviendo actividades culturales y programas educativos interactivos.

La Casa de la Ciencia del Estado de Morelos se creó en el año de 1982 por Guillermo Fernández de la Garza que posteriormente en 1988 se convertiría en el Centro de Divulgación de la Ciencia del Estado de Morelos CEDIAC, con el objetivo de promover una cultura científica en la sociedad a través de la divulgación y difusión del quehacer científico y tecnológico. Sería hasta el año de 1989 que se fundaría también la Casa de la Ciencia pero de la Universidad de Sonora.

En 1986, se fundó en la Ciudad de México la Sociedad Mexicana para la Divulgación de la Ciencia y la Técnica (SOMEDICYT) con el propósito de divulgar la ciencia a todos los sectores de la población con el fin de integrar la ciencia a la cultura nacional que sea reconocida como una labor fundamental al igual que la docencia y la investigación; este mismo año en Morelia, Michoacán, se fundó el Museo de Historia Natural Manuel Martínez Solórzano, para conmemorar el centenario del nacimiento del Museo Regional Michoacano.

En 1988 se creó el Túnel de la Ciencia en la estación del metro la Raza con ayuda de el sistema STC Metro, CONACYT. ASEMEX y SOMEDICYT, un espacio de exposiciones temporales y permanentes.

En este año también se inauguró el Museo de Historia Natural José Narciso Rovirosa Andrade, en Villahermosa Tabasco, manejando en sus salas: origen de la vida y evolución del hombre, el universo, y la flora y la fauna.

En 1990. Se creó el Museo de Ciencias de Ensenada, Baja California. Tiene cuatro salas: Física, el visitante puede manipular los objetos; Del principio de la vida; La Bahía de Todos los Santos: se encuentra todo tipo de información

ecológica, climatológica, contaminación y fenómenos marinos de la bahía de ese nombre y finalmente la sala denominada La Tierra, un año después abriría la quinta sala denominada El Universo.

Por iniciativa de Cecilia Ocelli surgió el museo Papalote, Museo del Niño constituida por la Asociación Civil Museo Interactivo Infantil A.C. en la ciudad de México, para que en 1993 se inaugurarán con salas que agrupan las exhibiciones como: Con-ciencia, Comunicaciones, Expresiones, Cuerpo Humano y Nuestro Mundo, contando también con una Mega pantalla IMAX.

En 1991. Se inauguró el Planetario Dr. Arcadio Poveda Ricalde, del Centro de Ciencias de Sinaloa, con el compromiso de fomentar el conocimiento de la astronomía y ciencias afines.

En 1992. Universum, el Museo de Ciencias de la UNAM se inauguró en diciembre, creado por Jorge Flores, director del Centro Universitario de Comunicación de la Ciencia de dicha universidad y se encuentra situado dentro de las mismas instalaciones. Es un museo interactivo que tiene como lema "Puede usted tocar". En Veracruz se creó también el Museo de Ciencias de Xalapa, Veracruz.

Un hecho que marcó también la ciencia mexicana fue la creación del Robot "Don Cuco El Guapo", primer robot pianista mexicano, diseñado por un grupo de investigadores de la Facultad de Ciencias de Universidad Autónoma de Puebla, tocando 20 melodías diferentes sirvió para demostrar y popularizar la tecnología de la robótica ya que fue presentado en la Expo'92 Sevilla, España. SOMEDICYT establece el Premio Nacional de la Divulgación de la Ciencia, la primera edición del premio fue otorgada a Héctor Bourges Rodríguez, por su labor en la revista *Cuadernos de la Nutrición*.

En 1993. Se inauguró en Culiacán, Sinaloa el Centro de Ciencias de Sinaloa donde se realizan investigaciones contando con un museo de ciencias donde se desarrollarían actividades científicas; Se fundó en la Facultad de Estudios Superiores Zaragoza de la UNAM una "Academia de divulgación de la ciencia", con el propósito de organizar eventos académicos permanentes de acercamiento a las ciencias dirigido a estudiantes de nivel primaria, secundaria, bachillerato y licenciatura.

En 1994. Inauguración del Centro de la Ciencia Explora de León, Guanajuato; en Hermosillo se inauguró el museo de la Burbuja, Museo del Niño, en el parque Recreativo La Sauceda, en Hermosillo, Sonora.

En el año de 1996 se fundó la Sociedad Mexicana para el Progreso de la Ciencia y Tecnología, SOMPROCYT, que tiene como antecedente a la Sociedad Mexicana de Posgraduados e Investigadores que había sido fundada en 1982. Se fundó la AMMCCyT Asociación Mexicana de Museos y Centros de Ciencia y Tecnología también en 1996, mientras que en la UNAM se fundó el Museo de la Luz; En Aguascalientes el Museo Interactivo de Ciencia y Tecnología Descubre; el Papalote Museo del Niño inaugurado el 4 de junio el

papalote Móvil-Museo del niño, en el Parque Luís Donaldo Colosio de la ciudad de Toluca, contando en ese momento con 70 exhibiciones; para el año de 1999 se creó Papalote Móvil II, que le agregan 6 talleres con diferentes actividades y las exhibiciones se agruparon en dos temas: El ser humano y El conocimiento, teniendo como sede temporal Ciudad Victoria, Tamaulipas.

Para el año de 1997 se inauguró un museo más, pero en esta ocasión en Pachuca, Hidalgo el 28 de febrero, es el Centro Interactivo de la ciencia Museo El Rehilete.

En 1998, se creó la Red Nacional de Consejos y Organismos Estatales de Ciencia y Tecnología (REDNACECYT) mientras que en Mexicali se inauguró el Centro Interactivo de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente Museo Sol del Niño; en Chilpancingo el Museo Interactivo La Avispa.

En 1999. Se dio a conocer el Museo del Desierto en Saltillo, Coahuila. Se dividió al museo en 4 pabellones: El desierto viviente; El desierto y el hombre, un espacio de encuentros; Mamíferos el desierto, la trama de la vida; y Ecosistemas de desierto chihuahuense.

Para el año 2000, se inauguró un nuevo Planetario por el Museo de Ciencia y Tecnología de Xalapa, Veracruz, como en Villahermosa el planetario Tabasco 2000, siguiendo del Museo de Paleontología de Guadalajara, Federico A Solórzano Barreto, Jalisco. Debido al interés que surgió por divulgar los fósiles como los vestigios de la vida prehistórica, en este mismo Estado se inauguró el 30 de abril el Museo del Niño de Guadalajara, Jalisco teniendo como objetivo principal promover la cultura infantil a través de exposiciones y otras actividades.

Aun y con los museos que surgieron fue necesario seguir llevando ciencia, debido a esto El Centro de Ciencias de Sinaloa puso en marcha su programa "Ciencia en Movimiento" con un trailer y 40 equipos interactivos, de esta forma se dieron a la tarea de visitar municipios del Estado de Sinaloa, en el 2001. Papalote Museo del Niño es otra de las AC que moviliza y acerca la ciencia con el Papalote móvil.

En cada entidad van surgiendo muchas Instituciones, programas, publicaciones, que quieren fomentar la divulgación de la ciencia, todos debemos construir un hábito de una cultura científica, esto requiere de un gran esfuerzo educativo tanto en la familia, como en las escuelas desde el kinder, hasta los más altos niveles educativos, pero también se necesita la ayuda del gobierno y aún falta el incremento para fines científicos.

René Ducker en la entrevista que se le hizo en la revista *Siempre* en el año 2006 habla acerca del porcentaje que invierten en ciencia, dice:

“Nunca ha invertido más allá del .41 por ciento del Producto Interno Bruto. Es el nivel más alto al que ha llegado a lo largo de los años y esto ocurrió por ahí del año 2000, del año 1999, 98, pero básicamente la inversión en ciencia y tecnología nunca ha rebasado el .4 por ciento del PIB. De hecho, en los últimos años, se ha reducido la inversión y ahora andamos como por el .35 el día de hoy”⁴²

México hace un esfuerzo por incrementar el porcentaje de avances científicos y tecnológicos, se inicio con gacetas y mercurios, ahora observamos las Instituciones y revistas con un gran diseño para difundir los hechos que los investigadores nos tienen sobre estos temas. La divulgación de la ciencia se inicio como una extensión de la enseñanza de las ciencias, iniciando con conferencias, artículos editados por los mismo profesores, organización de actividades, talleres, ahora ha logrado extenderse pues la ambición también incrementa.

Las Instituciones como la UNAM, como CONACYT, dependencias como la SEP, apoyan esta labor y tratan de institucionalizar e incluirlas como tareas de difusión cultural, con la apertura de museos para todo el público desde infantil hasta adultos mayores hacen que las estrategias de divulgación continúen con esta practica en todo el país aperturando Museos en cada Estado, celebrando ferias de avances científicos, de experimentos, todos tienen que involucrarse, debe ser una país con crecimiento intelectual, por eso es que a los pocos científicos y al país como tal les preocupa el poco porcentaje de capital invertido en rubros de ciencia, si ésta avanza el país también tanto en conocimiento como en la economía. Si los mexicanos estuvieran mejor preparados no habría tantos con problemas de analfabetismo, ya que en los inicios de la divulgación de la ciencia tuvo como consecuencia que la sociedad iniciara con las lecturas, con colecciones de diversos objetos, de manera que surgieran los museos obligados a crear folletos para el publico en general provocando interés con el fin de que la gente lo visitara y además entendiera el significado de lo que había dentro de las vitrinas, esto hablando de los años 70's, pero ya para el año 2006 se habla de un apoyo nulo en la actividad científica.

⁴² Director General Beatriz Pagés Rebollar, *Revista Siempre!*, Número 2906, México, D.F., Entrevista a René Drucker, 2006, pág. 43, 44.

“Esta actividad es fundamental para el desarrollo del país e invirtiera más dinero, para que el sistema científico de México pudiera crecer; hacer crecer las universidades; generar los incentivos fiscales apropiados para que las empresas puedan incorporarse al mundo tecnológico y finalmente crear riqueza. En este sexenio yo no veo ningún cambio posible en la política científica del país. Realmente es una tristeza”⁴³

En el periódico *La Jornada* del 12 de junio del 2007 se publica una nota de una niña de 11 años invitada a dar un discurso en el World Trade Center, donde se pregunta del apoyo a la ciencia.

"¿Por qué apoyar más a los futbolistas que a los científicos? ¿Son mejores personas? ¿Producen mayor riqueza? ¿Nos divierten más? No creo, gracias a los científicos también nos divertimos, ellos inventaron las computadoras, los ipods, los simuladores. Además, salvo algunos casos, los jugadores de fútbol nos hacen ver muy mal mundialmente y nuestros científicos, que nadie apoya, no".

"Me da pena que nuestro gobierno y nuestros empresarios inviertan tanto en fútbol y seamos tan malos. Me da pena que inviertan tan poco en ciencia y seamos tan buenos. Tenemos la mejor universidad de Hispanoamérica, según la revista *Time*, y cada vez le damos menos recursos a la UNAM. ¿Por qué no apoyar a lo que ya dé resultados? Un país que no invierte en ciencia y educación siempre será un país pobre. ¿Queremos un México pobre?"⁴⁴

En el 2009 existen muchos científicos pocos a comparación del total de la población que existe en México, estos científicos son reconocidos a través de premios que les han sido otorgados por su excelente desempeño y colaboración a la sociedad. Se tiene que seguir impulsando para lograr un mayor crecimiento en el País, es labor del gobierno como de los padres y profesores el presentar a los pequeños todo lo relacionado con la ciencia, ya

⁴³ *Ídem.*

⁴⁴ Directora General Carmen Lira, *La Jornada*, Artículo por René Drucker Colín, Una muestra de la vida nacional, 2007, 12 de junio, pág. 9.

que todo lo que nos rodea es resultado de un avance científico, resultado de un esfuerzo físico y mental que los investigadores divulgan. Se tiene que comunicar lo que se sabe, se divulga para que la gente sepa lo que se ha descubierto.

“La ciencia y la tecnología constituyen el motor más poderoso que tiene México para impulsar el desarrollo y la competitividad, mientras que la educación de calidad es el único camino para llegar a ese escenario”⁴⁵

“La ciencia es lo que hace: genera conocimientos que, cuando son aprovechados, pueden ser utilizados por empresas, empresarios, grandes, pequeñas, medianas, para poder generar los insumos que usamos cotidianamente las personas”.⁴⁶

Por este motivo, queremos ofrecer un proyecto científico, una publicación, esperando un cambio en los niños, que colaboren en los programas científicos y tecnológicos, donde la exploración y descubrimiento ayuden a su crecimiento intelectual, cultural y humano, queremos ser ese espacio de divulgación, donde todos los investigadores informen al público lo que han descubierto, ya que como se dice:

La ciencia es una aventura y nosotros queremos que los lectores la compartan.⁴⁷

⁴⁵ Alonso Lujambio Irazábal, Titular de la Secretaría de Educación Pública (SEP), en la entrega de los premios *Thompson Reuters*, llevada en el auditorio *Arturo Rosenblueth*, del Centro de Investigación y Estudios Avanzados (Cinvestav) del IPN, en la ciudad de México, 2009. Agencia ID.

⁴⁶ Directora General Beatriz Pagés Rebolgar, *op.cit.* pág. 43, 44.

⁴⁷ Estrella Burgos Ruíz, *Guía científica, ¿Cómo ves?* Revista de Divulgación de la Ciencia de la UNAM, México, pág. 171.

PUBLICACIONES INFANTILES

Tomando los puntos anteriores surgieron revistas que cubrieron un perfil y uno o diversos temas, como las mencionadas en cuanto a divulgación científica, que han ido saliendo del mercado, sin embargo existen otras de entretenimiento que son resultado de editoriales como Editorial Televisa, Grupo Armonía, Fundación Comunica A.C, Mina Editores, entre otras, creando revistas que están presentes en el gusto de los niños. Dichas revistas representan una *competencia*, para con las revistas científicas:

Se califica como competencia a todas aquellas marcas, productos o ser vicios que se encuentran en la misma categoría que el propio.⁴⁸

Al igual que nosotros, tomando los puntos anteriores, surgieron revistas que cubrieron un perfil y uno o diversos temas, dando como resultado publicaciones de entretenimiento pertenecientes a las diversas editoriales, como las ya mencionadas.

Actualmente estas revistas se encuentran en el mercado, editorial televisa es quien mas da a conocer publicaciones ya que lo único que cambia es el tema , puede ser de alguna telenovela como Lola Érase una vez, RBD, Patito Feo que son las que actualmente circulan debido al éxito que tienen las telenovelas infantiles-adolescentes.

⁴⁸ Andrzej Rattinger Aranda, *El Glosario de Mercadotecnia*, México, Ed. Catedra, 2004, pág. 20.

EDITORIAL TELEVISA

Editorial Televisa fue creada en 1992, cuando grupo Televisa adquirió Editorial América, la cual contaba con las más prestigiadas revistas femeninas de América Latina, entre ellas *Vanidades*, la revista *Insignia* de la segunda que fue lanzada en 1961 y *Cosmopolitan* en español, lanzada al mercado en 1973, revistas que captan en conjunto más del 80% de participación del mercado de los lectores y venden más de 7000 páginas de publicidad al año.

Actualmente publica 82 títulos-14 títulos regionales, 10 para el mercado hispano de Estados Unidos y 58 títulos locales en México.- La mayoría líderes en sus respectivas categorías, las cuales se distribuyen en 19 países del continente americano, son un total de 489 ediciones regulares, 62 ediciones especiales por año y más de 116, 115 páginas editadas al año.

Estos títulos tienen una circulación pagada de 8.2 millones y un alcance acumulativo de más de 58 millones de lectores sin contar con el considerable número de lectores secundarios (un promedio de 6.4 por revista), los cuales abarcan aproximadamente el 57.5% del mercado.

Anualmente la compañía vende más de 127 millones de revistas equivalentes a 5 por día, generando un alcance acumulativo por frecuencia de 1200 millones de lectores. Editorial Televisa también cuenta con oficinas en la mayoría de los mercados más importantes de habla hispana ofreciendo el mejor soporte editorial y comercial, servicio al cliente y atención personalizada para clientes regionales y locales. Además de prestigiosas alianzas editoriales como: Disney, Nintendo of America, National Geographic Society, Hearts Corporation, American Express Publishing, Motorpress entre otras y con el apoyo de su compañía filial Intermex; la distribuidora más importante de Latinoamérica. Entre sus revistas destacan:

- *Nick*.

“Ser cool es ser nick” es una revista con un sentido del humor, bromista, irónica, y hasta un poco irreverente. Ofrece entretenimiento, actividades, juegos, retos creativos y cómics. Cada edición es temática, por lo que presenta la información a fondo desde perspectivas diversas. Además, está íntimamente ligada al canal del mismo nombre, por lo que tiene una sinergia con los personajes favoritos de los niños. Se observa un 10% de psicología, entretenimiento 40%, educación 30% y un 20% en espectáculos.

Esta revista dirigida a niños de 6 a 14 años, era anteriormente llamada Nickelodeon y era una publicación de Editorial Armonía, sin embargo Eduardo Martínez Soto Alessi en su nota del 3 de noviembre del 2004 en la página www.esmas.com dió a conocer que Grupo Televisa y MTV Networks anunciaron la firma de un acuerdo donde Televisa sería la distribuidora de las

licencias y contenidos de Nickelodeon en México, por lo que en diciembre de ese año se realizó la reedición de la revista Nick en Editorial Televisa.⁴⁹

-Eres niños.

Una revista de editorial Televisa, donde el slogan que la caracteriza es “Diversión en grande”, dicha publicación considera Televisa, responde a las dudas, ayuda a tomar decisiones, orienta a vivir plenamente la infancia, mantiene a los niños informados sobre música, moda, escuela, familia, y temas que forman parte de su universo.

Tiene una composición editorial del 40% de entretenimiento, educación 30%, espectáculos 20%, psicología 10%. Esta revista va dirigida a los niños y niñas de 6 a 12 años. Tiene un mercado de nivel socioeconómico A,B,C+ y C. Cuenta con una periodicidad de tipo mensual y tiene un tiraje de 80,000.

-Big bang.

“Donde se une la diversión con el conocimiento”, es una revista con periodicidad semanal. Este resultado de Editorial Televisa apoya a los papas en la educación y formación de sus hijos. Ofrece colecciones de material didáctico. Cada semana surgen paquetes coleccionables y hay juegos de letras, cartas para mejorar la ortografía, enciclopedias coleccionables, otros descubrimientos. Maneja información de los animales, lugares, test, cómics.

Es una revista didáctica y escolar en un 55% y cuenta con un 45% de entretenimiento. Tiene 40 páginas.

-Nacional Geographic Kids en español.

El conocimiento, la naturaleza y la exploración se unen para darle cuerpo a esta publicación, la cual ayuda a los pequeños a conocer el modo y sus secretos desde una perspectiva sencilla y divertida. Con artículos que van desde los animales más exóticos a cómo funcionan las cosas cotidianas.

Es la herramienta ideal para formar a niños curiosos que desean investigar su medio ambiente. En el contenido encontramos que tiene un 40% de animales, un 15% de tecnología, ciencia 20%, entretenimiento 25% y va dirigida a los niños de 6 a 13 años. Esta publicación es mensual y el tiraje es de 20 mil ejemplares con una medida de 1 página al corte de 20.3X27.5 cm.

-Winnie Pooh.

Mi primera revista Disney, editada en 39 países, se hace llamar la primera revista Disney para los más pequeños. Por su extraordinaria contenido didáctica e interactivo, fácilmente conquista la fidelidad de mamá. Esta revista ayuda a los niños a desarrollar sus habilidades por medio de dinámicas creadas por pediatras, además de transmitir valores humanos de los personajes de Winnie pool, cuenta con un 50% de actividades, historias un 30%, artículos promocionales 10% y participación del lector un 10%. Su

⁴⁹ www.esmas.com/espectaculos/farandula/403268.html

objetivo es llegar a las mamás de 25 a 44 años, a los niños y niñas de 3 a 6 años, y va dirigido a clases sociales A,B,C+ y C, cuenta con un tiraje de 10,000 ejemplares con una distribución nacional, tiene 2 lectores por ejemplar y la medida de una página al corte es de 20.3 X 27.5 cm.

-Princesas.

Un mundo encantado. *Princesas* lleva a los hogares de las pequeñas lectoras toda la magia y fantasía de Disney convirtiéndolas en unas princesas de cuento. Es un título para aprender y divertirse sin dejar de soñar. Ofrece diversión a las niñas, quienes junto con sus padres tienen la oportunidad de iniciarse en la lectura, y al mismo tiempo realizar actividades recreativas. Cuenta con un 50% de Historias, con un 25% de actividades, manualidades 25%. Esta publicación va dirigida a las mamás de 25 a 44 años y a las niñas de 3 a 9 años. En general el mercado tiene un nivel socioeconómico A,B,C+ y C, ésta es una revista mensual y con un tiraje de 100,000, tiene una distribución nacional teniendo dos lectores por ejemplar, la medida de una página al corte es de 20.3 X27.3 cm.

-Disney Hadas.

Las niñas entran al mundo secreto de campanita donde creer es solo el principio y comparten con las hadas historias y actividades más apropiadas para su etapa de desarrollo, pueden elegir a sus amigos, pertenecer a un grupo, coleccionar, compartir, expresar sentimientos, explorar personalidad y expandir su mundo, cuenta con una composición editorial del 55% de su eje principal, es decir el mundo de las hadas, el 28% el mundo de las niñas, 17% diario secreto. Tiene dentro del contenido cómics, test, cocina y manualidades, pasatiempos, horóscopos, buzón.

El objetivo de esta publicación es llegar a niñas de 6 a 9 años de nivel socioeconómico: A,B,C+ y C. Tiene una periodicidad mensual de 50,000 copias para iniciar ya que es una revista nueva y considera la editorial Televisa que se irá justificando hacia arriba, su primer mercado es México y el segundo será Latinoamérica. Cuentan con 3 lectores por ejemplar, y dicha publicación tiene como medidas de una página al corte 17X25.5 cm.

Editorial Televisa, también contaba con la revista *Power Ranger* que ha dejado de trabajar y era dirigida al público de niños de 3 a 6 años.⁵⁰

⁵⁰ www.editorialtelevisa.com

GRUPO ARMONIA

Otra editorial que cuenta con 29 años de prestigio, liderazgo y confiabilidad en el mercado editorial. Es considerado entre los cinco Grupos del mercado de revistas más importantes de México.

Publica 12 revistas al mes, con información y entretenimiento para mujeres, niños, familias y clientela de corporaciones comerciales, también es líder en la producción de contenidos para el medio impreso e Internet.

Exporta regularmente títulos adaptados al mercado de América del Centro y del Sur. Es innovador en productos de comunicación para nichos diversos y ha recibido premios y distinciones por su excelencia en el trabajo.

Grupo Armonía tiene la misión de satisfacer las necesidades de entretenimiento, superación y soluciones prácticas para una vida mejor de mujeres, niños y familia: a través del desarrollo de contenidos y la producción de libros, revistas y canales de Internet con altos niveles de calidad y creatividad; para cumplir así con sus exigencias de rentabilidad. Entre sus revistas infantiles están:

-Barbie.

Esta publicación ofrece juegos y pasatiempos para niñas de 6 a 12 años.

En su contenido Barbie da a las lectoras consejos para ser buenas niñas y para llevarse bien con sus padres, maestros y amigas. Esta revista tiene una periodicidad mensual.

El contenido cuenta con fotocuentos, Editorial Armonía dice que Barbie acompañada por sus amigos, en cada número de la revista, es la gran protagonista de extraordinarias aventuras narradas fotográficamente. Tiene pasatiempos, para que las niñas compartan con Barbie los más divertidos y novedosos juegos y actividades.

Artistas: Las lectoras de Barbie siempre encuentran en su revista lo que quieren saber sobre sus cantantes y artistas favoritos, también ofrece test, que permite a las pequeñas lectoras conocerse mejor a sí mismas, y divertirse al mismo tiempo.

-Barney.

Una revista con periodicidad mensual que sale a la venta el día 15.

La revista de Barney y sus amigos presenta historias, juegos y actividades para niños preescolares (hasta 6 años). Apoya a los papás para enseñar a los niños conocimientos básicos. En el contenido podemos encontrar:

Cuentos que son los que transmiten valores, a través de entretenidas historias. Barney y sus amigos "llevan" a los niños a diversos sitios interesantes y divertidos.

Esta publicación enseña a los niños los buenos hábitos como la limpieza, el orden, los buenos modales, que son reforzados a través de juegos y narraciones

Con esto los niños adquieren habilidades pues incluye actividades y juegos para desarrollar las llamadas habilidades motrices e intelectuales.

-Cartoon Network.

Es una publicación mensual que sale a la venta los días 10 y va dirigida a los niños de 7 a 12 años.

Ofrece a los niños gran diversidad de cómics, actividades y pasatiempos.

Los héroes de esta revista son los personajes animados del canal de televisión de los cartoons: Dexter, Dee-Dee, Scooby-Doo, Las Chicas Superpoderosas, Vaca y Pollito, Johnny Bravo, Los Picapiedra, Tom y Jerry, y otros más.

Los Cómics publicados en esta publicación, son protagonizados por héroes de siempre, como por ejemplo, Los Picapiedra, y también por nuevos y exitosos personajes del mundo de los cómics, como Vaca y Pollito.

Cuenta con experimentos, ideas para que los niños tengan su propio laboratorio en casa.

Taller de dibujo. Considerado como una extraordinaria propuesta para enseñar a los niños a dibujar, paso a paso y finalmente se encuentran las entrevistas, donde los personajes dan divertidos puntos de vista sobre temas variados.⁵¹

⁵¹ www.grupoarmonia.com

MINA EDITORES

Corporativo Mina S.A de C.V. es también una de las editoriales que tiene a su cargo revistas infantiles. Se fundó en 1962, cuando se tuvo la visión de crear espacios de lectura amena con productos que captaran la atención y además satisficieran las necesidades de información y entretenimiento del lector en México. La gran aceptación por parte del público lleva a la empresa a crear nuevas publicaciones con contenidos de mayor calidad. Gracias a esto, comienza un gran desarrollo para la empresa y sus integrantes, se logran alcanzar grandes metas y aceptación por un mayor número de personas, pues a los editores les preocupaba abarcar temas de todo tipo e interés general, buscando temas inéditos en el mercado y haciéndose expertos en ellos.

Mina logra posicionar sus títulos en Centroamérica y Estados Unidos, llega a ser una de las Editoriales de mayor prestigio en nuestro país y con reconocimiento internacional Mina se convierte, por su solidez y estabilidad, en una fuente segura para publicitarse, llegan a todo tipo de público y abarcan gran territorio. Actualmente publica más de 45 títulos sin contar con las Ediciones Especiales de sus títulos habituales y están divididos según su especialidad para dar mejor contenido a su público.

Mina divide a sus publicaciones según su contenido y target y las divide en 6 bloques Mina health, Mina car, Mina games, Mina Cómics donde entran las revistas infantiles, Mina mix, y Mina mystic. Dentro de Mina Cómics se encuentran:

-Calcomanías de moda.

Revista con diseño fresco, que consta de 16 páginas, 3 pósters y dos planillas de calcomanías sobre el tema de moda. Dedicada a los más jóvenes de la familia, donde se encuentran reportajes, datos curiosos, etc. En la misma colección está Calcomanías de moda especial, dedicada a los temas más sobresalientes del entretenimiento, que además de información existen más de 50 calcomanías para adornar cualquier lugar de tu preferencia.

-Master Player mejor conocida como Ingenio.

Es una guía sencilla donde la tecnología para el entretenimiento es cada vez más compleja. Mina dice que es un hilo conductor para conocer las novedades en pc, videojuegos, dvd, cine, música digital y aparatos que prometen dar experiencias únicas.

-Mega revista. Tiene un formato de 32 m por 42 cm, contiene 8 pósters y abarca infinidad de temas, como cine, anime, tv, series y más.

-*Virtual Kids*.

Publicación que toca temas de la animación y entretenimiento. Podemos encontrar noticias, reportajes, una sección para aprender a dibujar, chistes, cartas, cine, etc. Dentro de esta colección se encuentra *Virtual Kids de lujo*, donde la información es especializada, es decir acerca de un solo personaje, o un grupo de protagonistas que sobresalen en el ámbito del cómic, anime, cinematográfico, videojuegos, etc. Su presentación es en negro con plata, resultando una opción en el mar de revistas especializadas.

Virtual Kids edición especial, toca temas acerca del estreno animado o clásico y finalmente la *Megarevista virtual kids*, de tamaño mega, con 8 pósters y 16 páginas, para no perder la línea.

-*VK Shoji*.

Considerada como la primera revista en Latinoamérica sobre animación y viñetas niponas. Esta revista tiene secciones de noticias, reportajes, set de cartas, decorativos y muñecas para recortar los personajes favoritos.

Mina editores se considera como la mejor opción a la hora de buscar información veraz y de sumo interés, pues dicen ser una mina de posibilidades para quienes buscan llegar a un gran número de personas, para publicitar sus productos y servicios.⁵²

⁵² www.minaeditores.com

FUNDACIÓN COMUNICA A.C.

La idea nació de un grupo de amigos en 1995. Jóvenes comprometidos en fundar una institución no lucrativa profesional que apoyara a instituciones educativas, que trabajará para la educación de niños y jóvenes de escasos recursos en México proyecto que hoy lo conocemos como Fundación Educa México, A.C, quien apoya también a padres de familia, maestros y donantes. En estos 10 años han beneficiando a 41,498 niños, niñas y adolescentes y a 86,527 adultos entre operativos, maestros, padres de familia y adultos de las comunidades atendidas. Este grupo editorial tiene como publicación:

-Marometa.

Es proyecto no lucrativo donde los ingresos obtenidos por medio de la venta de espacios publicitarios se destinan a Fundación Educa México A.C.

Es una revista temática de conciencia social, cultural y ambiental, donde cada artículo plantea un problema y una solución, buscando que los lectores encuentren maneras de involucrarse apoyando diferentes causas. El contenido está relacionado con el tema del número y contiene las secciones: Social, Natura, Cultura, Entrevista, Viaje con sentido, Salud, Medios y Perfiles.

Marometa se publica trimestralmente, tiene un tiraje actual de 10,000 ejemplares y se distribuye gratuitamente a todos los donantes de EDUCA, así como en restaurantes, librerías y hoteles. La organización dice que con tan solo hojear esta revista se está ayudando a que EDUCA crezca y beneficie a un mayor número de niños.⁵³

⁵³ http://www.educa.org.mx/que_es.htm

Otras revistas que podemos mencionar, aunque no son comerciales pero que el contenido es el medio ambiente son;

-La gran aventura Ecologito.

La publicación Ecologito surgió en la década de los noventa, estaba dedicada exclusivamente a temas de ecología y su público meta eran los niños. Contiene historietas y reportajes todos sobre ecología y cuidado del medio ambiente, sus gráficos eran modestos y realmente no tenía publicidad más que la del equipo de Bimbo. Pues era la empresa que financiaba a dicha publicación.

“Ecologito”, en la cual el personaje principal realizaba acciones en pro del medio ambiente, y ese personaje usaba una bata blanca, imagen con la que se quedó. También durante su infancia vio programas que hacían referencia a Einstein, lo cual relacionaba con Ecologito, laboratorios, física y biología.

En realidad una publicación era dedicada a un solo tema la tierra o el aire, etcétera.

-Tic tac

Es una revista de Disney Enterprises, que no mencionamos en las revistas comerciales ya que queremos que destaque en esta descripción, pues la preocupación que tiene esta publicación por el medio ambiente es real, su impresión está hecha en hojas recicladas, aunque la calidad del papel a diferencia de otras que utilizan el couché es más opaca lo importante es el contenido. Esta publicación es dirigida al público infantil, pues en sus páginas centrales se encuentra un espacio dedicado a notas curiosas relacionadas con la ecología, de hecho la sección se llama la nota verde, en esta publicación también se encuentran secciones para iluminar, juegos de destreza como encontrar diferencias, relacionar imágenes, completar palabras y números, rompecabezas, todo relacionado con personajes de Disney. Tiene un costo de \$20 y está compuesta por 32 páginas.

-Papalote ¡A volar!

Publicación mensual, por parte del museo del niño papalote que tiene como intención ofrecer experiencia de aprendizaje y diversión.

El lema de la revista es que se pueden llevar un pedacito del museo a su casa, esta publicación profundiza un aprendizaje en cada uno de los temas: *Soy, Comunico, Pertenezco, Expreso, en las películas IMAX y en el Domo Digital Banamex*, tiene actividades manuales.

La revista es gratuita y repartida dentro del Museo.

Los personajes principales de esta revista son Pepe, Paloma y Blimus, que aunque aparecen en chiquito se aprecian.

Cuenta con juegos y su objetivo principal es que la experiencia de aprendizaje en el museo sea trasladada al papel.

Maneja un tiraje de 61,500 publicaciones, 60,000 para ser repartidas dentro del museo y 1,500 para su venta en locales cerrados y distribución fuera del museo, cuenta con 24 páginas.

Otra revista enfocada a los niños es:

-Educando.

Es una revista de editores Re Radar, publicación mensual que realmente es una guía de actividades para las escuelas ya sea preescolar o primaria, esta es patrocinada por Pelikan, maneja manualidades y reportajes acerca de alguna problemática relacionada con los niños como problemas de aprendizaje, entre otros, maneja consejos para profesores, como para padres.

3

Creación de una Revista

ECOKIDS

Como observamos en la descripción de las publicaciones infantiles en México encontramos que la mayoría del contenido es entretenimiento, que es un producto que de cierta manera incitan a la imaginación conforme a su crecimiento, van descubriendo su entorno y desarrollan un aprendizaje mínimo, pues su objetivo es el entretenimiento, ya que no nos queda clara la parte donde les enseñan a cuidar su medio ambiente, a tener una cultura, a interactuar con el medio que los rodea, a tener un gusto por la ciencia, entre otros elementos.

Por lo que consideramos necesario la creación de una revista que además de entretener al niño, también promueva la divulgación científica, impulse al hábito de la lectura, proporcione cultura general, lo incite al compañerismo y al altruismo.

Es importante realizar una revista que nos explique las problemáticas de nuestro medio ambiente, ya que al conocerlas hacemos consciente al niño, por lo tanto ayudará en la mejora y cuidado de dichos elementos.

Ecokids, pretende ser una lectura recreativa e instructiva, pues ayuda a la formación del niño cultivándole valores gracias a las secciones que tendremos de: medio ambiente, literatura, deportes donde tendrá la iniciativa de realizar alguna actividad. Responderemos a todas las curiosidades que el niño tiene, ya sea de la familia, la escuela, sociedad, pues son elementos que le ayudan al niño a su desarrollo y a no ser individualista.

Dicha revista pretende ser interactiva, el lector podrá enviar sus reportajes para que sean publicados, habrá una columna especial para ellos, existe un correo electrónico donde los niños podrán estar en contacto con los responsables de la publicación a través de cartas, correos electrónicos, fax. Encontrará reportajes de sus artistas favoritos en cuanto a la música o actuación, enfocados a acciones a favor de los grupos sociales vulnerables así como temas científicos, le mostraremos lo más reciente literatura, ciencia y tecnología que ayuda al medio ambiente y finalmente facilitar una apertura y reforzamiento de los valores, mencionar en los artículos las virtudes que le ayudarán en su futuro como el espíritu de superación y de altruismo para con los niños o adultos que tienen alguna discapacidad y que no son barreras para seguir creciendo.

Es una revista que no trata un solo tema, entre más aprendan los niños tendrán mayor cultura y esto se reflejara en su personalidad, pues lo que buscamos es ser apoyo para los padres, que observen que sus hijos cuentan con iniciativa, con desarrollo intelectual que queremos explotar al máximo porque los niños son muy ágiles, ofreciéndole opciones para que tenga también la capacidad de

tomar decisiones, que sea humano, que ayude a sus compañeros, a sus padres; que sean escuchados por nosotros y nos cuenten sus aficiones, curiosidades, dudas, o lo que en un momento para ellos represente un problema que nos hagan saber, todas sus molestias.

Nombre de la revista

Ecokids, es el nombre de la publicación dirigida a niños de 9 a 12 años, revista de divulgación científica, donde el tema principal es el medio ambiente y se identifica por tener notas que hacen reflexionar al niño para cuidar a su planeta, acompañado de notas de cultura general.

Slogan. Reinventando el planeta.

Ecokids, una palabra sencilla, que relaciona a los niños con la ecología, es la voz del planeta pidiendo auxilio, pidiendo que se repare, que se utilicen los productos en cantidades mínimas para evitar que el daño continúe. Ecología, es una palabra derivada del griego “oikos” significa casa y “logos” estudio, eso es lo que nosotros queremos que sea *Ecokids*, el estudio científico de la casa, es decir nuestro planeta.

Actualmente muchas empresas ya están dando a conocer productos que son más fáciles de descomponer, la idea es ser intermediario para dar a conocer ciertos productos que ayuden a reparar el planeta, el hecho de que el planeta ya existiera y el ser humano sea quien haya ocasionado los daños mas grandes a la ecología obligan a crear dichos inventos y tecnologías no solo para satisfacción personal sino que el espacio donde vivimos necesita una reinvención por parte de quienes lo hemos deteriorado, debido a esto surge nuestro slogan: Reinventando el planeta, aunque sabemos que el daño no es reversible, sin embargo podemos ayudar para que dure mucho más tiempo.

OBJETIVOS

Nuestro objetivo general es que Ekokids publicación de divulgación científica incite al hábito de la lectura alimentando al mismo tiempo la cultura del niño y apoyando al medio ambiente.

Otros objetivos y no menos importantes son:

Responder a las necesidades e intereses de los niños. Siempre tienen preguntas, ya sea en temas como la familia, escuela, amigos, así que hay que ofrecerles además de información intelectual, queremos asesorarlos, ser consejeros de las cosas que desean saber.

Reforzar los valores en la familia, con los amigos. Recordarles lo importante que son los principios que les han inculcado desde pequeños para que sean mejores personas.

Fomentar el hábito de la lectura. Con los temas que se manejaran de manera sencilla brindarle al niño la oportunidad de encontrar la fascinación por la lectura, así como darle reseñas de libros para que surja ese hábito.

Interactuar con el lector por medio de cartas y correos electrónicos. Que se exprese como desee, preguntando, opinando o escribiendo algún artículo que considere debe publicarse.

Persuadir a los niños para que tengan un gusto por la ciencia. Cuando hablamos de ciencia pensamos en cosas grandes, cuando ciencia lo es todo, así sea algo pequeño, los niños deben conocer estos avances y ponerlos en práctica de una manera divertida.

Desarrollar los valores humanos. A través del trato de temas se pretende sensibilizar al niño y que entiendan la importancia de ayudar a los demás.

Acercar al lector a los órganos e instituciones que fomenten el cuidado del medio ambiente. Concienciar al niño del daño que día a día hacemos a nuestro planeta, lo mejor es empezar a trabajar para mantenerlo en buen estado o conservar lo que aun nos queda, él tendrá la iniciativa de participar en la mejora y dar propuestas para proteger nuestro medio ambiente.

Propuestas positivas para realizar actividades conjuntas. Siempre se necesita la ayuda de los padres que son los que guiarán a los pequeños en el transcurso de su vida, no los podemos hacer a un lado pues son lo más importante en su crecimiento, así que entre más actividades puedan realizar con ellos o con los amigos, mejor.

Orientar al lector hacia una cultura en pro de la ecología. Concienciar a los niños del daño que se hace al medio ambiente, que es urgente ayudar a conservar el entorno pues será para nosotros hay que tenerlo de la mejor manera que se pueda y hay que ayudar a tener un mejor lugar.

LINEAMIENTOS ÉTICOS

Son los lineamientos de actuación que rigen los comportamientos personales, familiares, laborales y sociales de cada uno de los colaboradores de nuestra organización. Es el compromiso que adquirimos con nuestra institución.

El objetivo es que todos los colaboradores nos comprometamos a actuar de acuerdo a la filosofía, cultura, valores de la empresa dando como resultado una actuación por parte de todos íntegra, honesta, transparente que conservará un buen ambiente de trabajo y la permanencia de las personas.

Los lineamientos dentro de la empresa como colaborador:

- Acepto el compromiso de integrarme al equipo, adaptándome a las reglas de trabajo y de convivencia.
- Laboraré de acuerdo con las políticas y procedimientos establecidos por la institución.
- Mostraré y cumpliré la misión, visión, valores y los lineamientos éticos.
- Cumpliré con todas las actividades que se me asignen, para ayudar a que se logren los objetivos establecidos.
- Soy la imagen de la revista, mi presencia personal y mi actitud son importantes dentro y fuera de la empresa.
- Protegeré mi equipo de trabajo y las instalaciones.
- Nunca usaré en mi beneficio personal y amistades el puesto que desempeño.
- Realizaré mis labores con amabilidad, tolerancia y respeto a mis compañeros e invitados sin importar el puesto que desempeñen al igual que a mis superiores.
- No dejare pendientes, terminaré cada día, con todas mis actividades.
- Apoyaré a cada uno de mis compañeros como el elemento más importante de la empresa.
- Atenderé a todos los invitados y al personal de nuevo ingreso, desde el primer día que llegue a mi centro de trabajo.

Lineamientos que debemos seguir con nuestros invitados.

- Atenderé a mis invitados por igual sin dejarme llevar por su imagen.
- Mantendré una buena actitud, que siempre vean en nosotros la primera y mejor opción, seremos sus amigos y confidentes.

Los principios que debemos tener con nuestra competencia:

- Llevaré una relación honesta, profesional, para que en cada negociación los más beneficiados sean nuestros lectores.
- Hablaré siempre con respeto de la competencia al platicar con los lectores cuando toquen temas relacionados. No haremos publicidad desleal.

Principios que debemos ejercer con nuestra sociedad:

- Participaré en la sociedad siendo un elemento útil, en el bien común y el respeto de las personas.
- Lograré con mis acciones que la sociedad vea en la publicación una institución donde sus hijos puedan desarrollarse tomando un lugar en la sociedad donde los valores inculcados los lleven a la práctica al igual que el conocimiento adquirido.
- El compromiso hacia la sociedad es brindarle información de calidad.

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Misión. Es el propósito general que busca la publicación, es la que mantiene en existencia a la empresa dentro del mercado, la que guía a los colaboradores para que se cumpla la razón de ser de la organización, en este caso *Ecokids*.

La misión de la revista es: Ser la revista favorita para la mayoría del mercado infantil. Ofreciendo la mejor información motivando y atrayendo a nuestro lector logrando así una mayor participación en su sociedad.

Estos conceptos de nuestra MISIÓN quieren decir:

Ser la revista favorita. Significa estar en los mejores puntos comerciales de cada ciudad, en todas las ciudades de México. Ser la mejor alternativa para los niños y buscar que el público infantil nos prefiera.

Para la mayoría del mercado infantil. Ofrecemos información a toda la población, son temas de interés masivo, sin embargo buscamos principalmente al mercado infantil, ellos nos dirán sus propuestas. Buscamos ser líderes en el mercado infantil.

Ofreciendo la mejor información. Muy sencilla y digerible, son artículos que cubren las curiosidades del niño, existe variedad los niños eligen a su gusto de lo más simple a lo más provechoso.

Motivando y atrayendo a nuestro lector. Tenemos la combinación de cultura y entretenimiento, con juegos y pasatiempos constantes para que se interesen más en la lectura.

Logrando así una mayor participación. Escuchamos cada palabra del niño, lo que nos permite ganarnos su confianza, podrá dar sus puntos de vista sin temor al rechazo.

Realizará cada tema pues la revista es hecha por ellos.

Visión. La respuesta a lo que queremos que sea nuestra publicación. El propósito es guiar, controlar y alentar al equipo que conforma la revista para alcanzar lo que se desea.

La visión de la publicación es : Difundir nuestra cultura e inculcar y reforzar valores a los niños logrando que sean responsables, amables, atentos, lograr que después de leernos estén contentos y tengan la iniciativa de la lectura y el gusto por la ciencia.

Valores éticos. Definitivamente son los principios o reglas que rigen la organización, los valores son la base que inspiran a nuestra publicación.

FUERZA DE EQUIPO. Comunicación constante tanto interna como externa, convivencia.

CONFIANZA. Cumplimos lo que decimos por lo que somos leales, hablamos con la verdad y somos fieles a nuestros ideales. Escuchamos todo lo que los niños tengan que decir.

RESPONSABILIDAD. Cumplir al 100 cada día logrando lo planeado. Hacer las cosas bien desde un principio, todos los días, todos los meses, todos los años, buscamos que el lector se quede con nosotros no solo darles información si no tratarlos como merecen.

SENCILLEZ Y HUMILDAD. Hacemos las cosas simples sin tanto enredo, con procesos eficaces, tenemos una buena actitud hacia nuestro público y tratamos de aprender junto con los niños.

PASIÓN. Entrega, dar lo mejor de nosotros. Cumplir a los niños buscando con afán su satisfacción, con esfuerzo y dedicación.

ENTUSIASMO. Realizamos las cosas con mucha alegría, pues nos gusta nuestro trabajo, se trata de disfrutar tanto personal como lectores.

RESPETO. Tratar a todos como se merecen, como queremos que nos traten.

INNOVACIÓN. Nos preocupamos por mejorar la calidad, por dar cosas nuevas, actuales y creativas de manera continua, mejorando nuestros procesos, ver lo que hay en el mercado, analizarlos, escoger los convenientes sin dejarse llevar por modas temporales.

DISCIPLINA. Trabajamos con profesionalismo.

FILOSOFIA EDITORIAL

Ecokids, es la publicación que permite a los niños disfrutar con cada página el arte de la lectura. A través del atractivo visual y de la información distribuida en cada una de las secciones, los pequeños encuentran respuestas a sus curiosidades, además participan en la creación de artículos, divirtiéndose y aprendiendo, tanto lectores como reporteros.

Esta llave de entrada, ayuda a los niños a conocer los territorios extraordinarios que forman parte de la naturaleza, fomentando una cultura e identidad, haciendo conscientes a los pequeños de que nuestros recursos naturales se están extinguiendo por lo que es urgente aprovecharlos y cuidarlos.

Queremos consentir a cada niño, por ésta razón al abrir nuestra publicación encontrarán temas que desean conocer.

.

Con la llamativa de colores, fotografías y secciones, se crea *Ecokids*, la mejor arma para un pequeño, informamos, divertimos y sobretodo creamos conocimiento.

DEFINICIÓN DEL PÚBLICO META

El objetivo de esta publicación es llegar a los niños, un mercado difícil de complacer pero que tienen necesidades y debemos darle las respuestas a dichas necesidades, además de ser parte del futuro, por lo que se les tiene que guiar para que ellos a su vez transmitan los valores hacia sus semejantes y su entorno. Nuestro público meta es un grupo particular de niños entre 9 y 12 años con un nivel socioeconómico C y D que consumirán nuestro producto, sin embargo también consideramos a los padres pues de ellos depende si les compran la publicación o no.

Se realiza una encuesta a nuestros futuros lectores con la intención de conocerlos mejor y saber cuál es la necesidad de que conozcan y aprendan a respetar su entorno, el medio ambiente, obteniendo como resultados una buena salud, la sobrevivencia de algunas especies, entre otras.

Nuestro público meta se basa en niños de 9 a 12 años, se encuentran estudiando la primaria, en la zona de Iztapalapa, esta clase de público comparte una misma inquietud y necesidad de conocer, aprender y cuidar el medio ambiente. Para definir el tema que resaltaría en la revista realizamos una encuesta a 12 niños de cada edad para conocer el interés que tienen acerca de un tema, el tema sobresaliente fue ecología.

Nuestro público meta podrá adquirir nuestro producto siempre y cuando tenga la capacidad para obtenerlo, esto lo sabremos mediante la aplicación de técnicas que ayuden a despertar el interés de dicho producto, utilizando una encuesta y sesiones de grupo.

De acuerdo al objetivo de esta investigación no existe publicación que se refiera al tema del cuidado del medio ambiente como tema central, dirigido al público infantil, ya que las pocas que existían han salido del mercado.

De acuerdo a las estadísticas del INEGI en la República Mexicana existen un total de 8 millones 688 mil 872 niños, de los cuales: 1 millón 055 mil 154 niños de 9 años y 1 millón 030 mil 586 niñas; de 10 años hay 1 millón 142 mil 016 niños y 1 millón 098 mil 271 niñas; de 11 años 1 millón 069 mil 790 niños y 1 millón 044 mil 078 niñas y finalmente niños de 12 años 1 millón 142 mil 092 y 1 millón 105 mil 985 niñas, es decir un total de:

9 años	2 millones 085 mil 740
10 años	2 millones 240 mil 287
11 años	2 millones 113 mil 868
12 años	2 millones 248 mil 977

En el Distrito Federal hay un total de **132 mil 743** niños de 9 años: 67 mil 382 niños y 65 mil 361 niñas; **142 mil 952** de 10 años: 72 mil 879 niños y 70 mil 073 niñas; **136 mil 866** niños de 11 años: 69 mil 418 niños y 67 mil 448 niñas; y de 12 años existen **144 mil 112**: 72 mil 960 niños y 71 mil 152 niñas.

Este dato nos sirve como referencia únicamente, ya que realmente queremos trabajar con niños de la zona de Iztapalapa de la colonia Tenorios.

De acuerdo al blog de la Secretaría de Educación Pública en el Distrito Federal existen solo 2 escuelas primarias gubernamentales en la colonia Tenorios y 1.escuela particular, aunque en la región se consideran 4.

De estas se tomará una muestra de una escuela solamente para poder aplicar una encuesta a niños de 11 y 12 años que son los que pueden describir más sus gustos, y a los niños de 9 y 10 años les realizaremos un sondeo también para conocer sus gustos y opinión acerca de las revistas infantiles y temas ecológicos.

Consideramos la zona de Iztapalapa como una zona donde los niños necesitan atención, ya que en una ocasión tuvimos la oportunidad de observar las clases y consideramos que los niños no tienen mucha participación y les cuesta más trabajo la retención de las cosas, por lo que uno de nuestros objetivos es ser apoyo en la educación de los niños para padres y maestros.

Para realizar dicha investigación es necesario un universo de estudio, es decir la definición precisa de la población que se va a estudiar y de la cual se va a extraer generalmente una muestra.

Las características de nuestro universo de estudio como lo manejan los expertos en investigación de mercados, es el trabajar en particular con la Escuela Profesor Bruno Martínez, una escuela pública desde el año 1944, ubicada en calle trigo y calabaza sin número, donde la población infantil es de 625 alumnos inscritos en el turno matutino en el 2009 en grupos de 1º a 6º año, de los cuales 324 son niños y 301 son niñas.

Se realizarán encuestas a niños de 9, 10,11 y 12 años, se toma en cuenta que los niños de 9 años se encuentran inscritos en 3er año, este grupo cuenta con **78** niños; los alumnos que cuentan con 10 años se encuentran en 4º año y son un total de **112** niños; los niños de 11 años inscritos en 5º tiene **103** alumnos y los niños de 12 años que se encuentran cursando 6º año son un total de **102**, es decir tenemos un total de **395** alumnos de entre 9 y 12 años, siendo 211 niños y 184 niñas. De acuerdo a la información de la institución este publico se encuentra con un nivel socioeconómico D y E.

El nivel socioeconómico lo manejan a través de ciertos factores como la educación que tiene la población, la ocupación, los ingresos, los bienes que tiene la familia, entre otros. Estos indicadores podemos observarlos en la tabla de abajo, sin embargo la más recomendada es la de AMAI, quien es la que

establece los Niveles Socioeconómicos, AMAI quiere decir Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública y son quienes desarrollan la clasificación que permite realizar las investigaciones de mercado, las estudia, clasifica y explica, esto se llevo a cabo a partir de 1994, esta institución fue fundada en 1991.

Uno de los 3 factores diferenciadores básicos, junto con la edad y modo de vida para selección de audiencias y públicos objetivos. Para no hablar de clases sociales se usan los NSE, desde el superior hasta el inferior: A/B, C, D+, D- y E. En México, la AMAI establece los NSE más aceptados.⁵⁴

Grupo	Ingreso	Ocupación	Educación
A	El más alto	Dueño o socio	Posgrado o extranjero
B	Alto	Director	Posgrado
C	Medio	Gerencia	Profesional
D	Medio bajo	Empleado	Pasante o preparatoria
E	Bajo	Empleado o subempleado	Secundaria o menos

⁵⁴ *Ídem*, pág. 64.

OVERVIEW TEMATICO sigmarket 2008
LOS INGRESOS POR NIVELES Y SUBNIVELES SOCIOECONOMICOS
INGRESO FAMILIAR MENSUAL 2008

NIVEL SOCIOECONOMICO	* Ingresos - Salarios Mínimos		RANGO DE INGRESOS EN PESOS		
	Mínimo	Máximo.	Mínimo	Máximo.	PROMEDIO MENSUAL
ALTO	▶				
A	Más de 500.00		799,369	1,039,178	919,274
B	95.10	500.00	151,881	799,368	475,624
MEDIO	▶				
C+	30.01	95.00	47,963	151,880	99,922
Cm	16.01	30.00	25,581	47,962	36,771
C-	11.01	16.00	17,603	25,580	21,591
BAJA	▶				
D+	8.01	11.00	12,791	17,602	15,196
Dm	5.01	8.00	7,995	12,790	10,392
D-	3.01	5.00	4,797	7,994	6,395
POPULAR	▶				
E	Menos de 1	3.00	1,199	4,796	2,998

* SALARIO MINIMO VIGENTE AL 1o. DE ENERO DEL AÑO 2008 - \$1,577.70



Queremos que nuestro público sea infantil ya que comparten la preocupación por su planeta, busquemos a los niños para ofrecerles información nueva, ser una nueva alternativa para el desarrollo de los niños a través del gusto por la ciencia, por el manejo de la información como la atracción visual, se pretende ser un proyecto de calidad y a bajo costo, accesible para poder llevar, es por eso que nos dirigimos a este público.

Dentro de un estudio de mercados manejan dos tipos de públicos, el cual puede ser:

El público puede ser real o potencial:

1. **Real:** Este público es el que consume un determinado producto. Se debe lograr que sea fiel al producto, dándole lo que desea obtener, y mejorando características del mismo.
2. **Potencial:** Es el posible comprador.⁵⁵

⁵⁵ <http://www.monografias.com/trabajos11/teopub/teopub.shtml>

La encuesta

Es necesario que se conozca directamente lo que el cliente desea, como por ejemplo: su opinión sobre el producto, el precio que está dispuesto a pagar y, en general, las expectativas que éste tiene. Para conocer lo anterior, Ecokids decide aplicar una encuesta en la que es muy importante que los datos que se desean conocer, sean cuestionados breve y claramente para que obtenga la información que se requiere, es decir conocer los gustos del público infantil.

Sobre todo se elige una encuesta ya que el público que manejamos se encuentra en una etapa de crecimiento, donde debemos especificar a través de las preguntas, qué es lo que realmente queremos saber, de manera que obtengamos como resultado la opinión y gusto del niño, es decir un resultado estadístico de los temas que interesan a este tipo de público, con esta técnica podemos obtener un perfil de una muestra de niños de 9 a 12 años.

Para realizar la encuesta se debe pensar en preguntas sencillas y expresada en términos que el niño pueda entender, no perdiendo el tema que nos interesa que es el medio ambiente, pues debe estar incluido en las preguntas para ser más exactos.

Decidimos hacer preguntas cerradas dándole también como opción anotar algún otro género, para que el niño tenga la facilidad y la confianza de explicarnos el interés que tiene en cuanto a los diversos temas que podamos encontrar en una revista.

La encuesta nos ayudará a tomar las decisiones de manera que favorezcan al crecimiento de nuestra publicación, aunque es una encuesta por muestreo, es decir que sólo a una parte representativa de niños del nivel básico se le aplicará y por lo tanto será la analizada: escuela Bruno de la Delegación Iztapalapa, en la colonia Xalpa, nos dará una información real y expresada en términos más precisos, que plasmaremos en estadísticas.

Este estudio de la encuesta sirve para identificar los problemas y las oportunidad que se requerirán para el desarrollo o modificación de la publicación que vamos a ofrecer, existen muchos enfoques de investigación pues también podemos realizar grupos donde den ideas de lo que quieren que aparezca en la publicación, esta técnica se llama sesión de grupo, están las entrevistas que también consideramos en este proyecto, además si notamos que algo falta en la encuesta podemos preguntarle a nuestro grupo e incluir más elementos.

Las preguntas de la encuesta que aplicaremos serán para conocer los gustos de los niños y es la siguiente:



Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores
Aragón

¡HOLA! El siguiente cuestionario es para conocer tu opinión acerca de tus gustos y pasatiempos, en especial de libros, revistas y televisión. Recuerda, no existen respuestas buenas ni malas, por lo que puedes escribir todo lo que te gusta.

Cuestionario para niños y niñas a nivel primaria para conocer su opinión sobre el material que leen o les gustaría leer.

Edad _____ Sexo: _____ Folio _____
Nombre _____

1. ¿Qué tipo de programas de televisión prefieres ver y explica porqué?

- Volcanes
- Dinosaurios
- Animales Salvajes
- Mascotas
- Bichos
- Conocer como viven los niños de otros lugares
- Cuerpo humano
- Tecnología
- Planetas
- Ecología
- Otro _____

2. ¿Quién es tu personaje de caricatura favorito?

- Bart Simpson
- Batman
- Spiderman
- Superman
- Otro _____

3. ¿Qué tipo de películas te gustan?

- Terror
- Suspenso
- Caricaturas
- Documentales
- Ciencia Ficción
- Comedia
- Drama
- Otro _____

4. ¿Practicas alguna actividad artística?

- Danza
- Pintura
- Escultura
- Música
- Otra _____

5. ¿Practicas algún deporte?

- Fútbol
- Natación
- Básquetbol
- Baseball
- Karate
- Otro _____

6. ¿Qué género de videojuego te gustan más?

- Aventuras
- Misiones
- Carros
- Peleas
- Fútbol
- Básquetbol
- Otro _____

7. ¿Cuál es tu materia favorita?

- Matemáticas
- Español
- Ciencias naturales
- Biología
- Geografía
- Otra _____

8. ¿Qué es lo que más te gusta leer?

- Revistas
- Libros de texto
- Libros de juegos

9. Qué tema te interesa más para leer?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Salud | <input type="checkbox"/> Derechos de los niños |
| <input type="checkbox"/> Tecnología | <input type="checkbox"/> Ciencia |
| <input type="checkbox"/> Historia | <input type="checkbox"/> Medio ambiente |
| <input type="checkbox"/> Cuidar el planeta | <input type="checkbox"/> Matemáticas |
| <input type="checkbox"/> Animales | <input type="checkbox"/> Espectáculos |
| <input type="checkbox"/> Escuela | <input type="checkbox"/> Familia |
| <input type="checkbox"/> Tu cuerpo | |
| <input type="checkbox"/> Otro _____ | |
-

10. Has leído alguna de las siguientes revistas?

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Virtual Kids | <input type="checkbox"/> Princesas, |
| <input type="checkbox"/> Big Bang | <input type="checkbox"/> Cartoon Network, |
| <input type="checkbox"/> Eres niños | <input type="checkbox"/> ¿Cómo ves? |
| <input type="checkbox"/> Barney | <input type="checkbox"/> Anime |
| <input type="checkbox"/> Barby | |

11. ¿Cuál te parece más divertida y por qué?

12. ¿Que contenido te gustaría ver en una revista para niños como tú?

- Espectáculos
 - Historias de terror
 - Ciencia
 - Cuidado el planeta
 - Tecnología
 - Deportes
 - Experimentos
 - Otro _____
-

13. ¿Qué tema te gustaría conocer acerca del medio ambiente?

- Cambio climático
 - Contaminación
 - Escasez del agua
 - Reciclaje
 - Reforestación
 - Desaparición de los bosques y selvas
 - Extinción de animales
 - Otro _____
-

14. Si tú escribieras en una revista ¿de qué hablarías?

¿QUÉ ES Y CÓMO REALIZAREMOS LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO?

La investigación del mercado tiene como objetivo entender el comportamiento del público meta. Nos ayudará a la toma de decisiones.

El estudio de mercado es un método que nos va a ayudar a conocer a nuestros clientes actuales y a los potenciales. Podemos saber cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, así como su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, al identificar las necesidades podremos ofrecer un producto que nuestro público meta, es decir, los niños desean ofreciéndole un costo adecuado. Si le damos a nuestro público lo que desean entonces nuestras ventas incrementarán manteniendo la satisfacción de nuestros clientes para lograr su preferencia, que le sean fieles a nuestro producto.

Esta investigación es la herramienta que nos va a permitir recolectar datos a través de la encuesta que mencionamos anteriormente, para después poder interpretar cada dato que los niños nos proporcionaron.

“La investigación de mercados vincula a la organización con su medio ambiente de mercado. Involucra la especificación, la recolección, el análisis y la interpretación de la información para ayudar a la administración a entender el medio ambiente, a identificar problemas y oportunidades, y a desarrollar y evaluar cursos de acción de mercadotecnia.”⁵⁶

El objetivo de esta investigación de mercados es que con nuestro producto seamos los preferidos del público infantil, con esto podremos ofrecerles un buen producto y de esta manera sea uno que efectivamente se venda.

La investigación de mercados debe responder a algunas preguntas como son: qué, quién, cuándo, cuánto, quiénes, por qué pueden los consumidores o usuarios comprar determinado producto o servicio, quién o quienes lo fabrican o lo venden compitiendo entre ellos, esto nos permitirá detectar las necesidades de nuestro cliente, de esta manera se puede aprovechar esta oportunidad de transformarla en un negocio.

⁵⁶ Aaker, David A, S. Day George, *Investigación de mercados*, México, Ed. McGraw-Hill/Interamericana de México, S.A. de C.V., 1989, pág. 4.

La investigación de mercados tiene 3 objetivos principales: el social, económico y administrativo.

Objetivo social:

Satisfacer las necesidades del cliente, ya sea mediante un bien o servicio requerido, es decir, que el producto o servicio cumpla con los requerimientos y deseos exigidos cuando sea utilizado.

Objetivo económico:

Determinar el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener una empresa al momento de entrar a un nuevo mercado o al introducir un nuevo producto o servicio y, así, saber con mayor certeza las acciones que se deben tomar.

Objetivo administrativo:

Ayudar al desarrollo de su negocio, mediante la adecuada planeación, organización, control de los recursos y áreas que lo conforman, para que cubra las necesidades del mercado, en el tiempo oportuno.

Ecokids considera necesario realizar un estudio de mercado para conocer la opinión de los niños en cuanto a la introducción de su producto, saber si estarían dispuestos a adquirirlo o no, mediante el interés que nos refleja del medio ambiente, ese será nuestro objetivo social, el servicio requerido es la información ecológica.

Consideramos que este estudio sería un reflejo de la preferencia y demanda del niño hacia su producto, sabría si éste, en realidad, está cumpliendo su misión y si era lo que el consumidor esperaba.

El objetivo general de Ecokids es:

1) Conocer y saber cual es la opinión de los niños entre 9 y 12 años de conocer y aprender a respetar su entorno y el medio ambiente, al igual que el grado de responsabilidad que tienen sobre el cuidado de su entorno.

Nuestros objetivos específicos son:

- * Conocer las necesidades de los niños por el cuidado del medio ambiente
- * Conocer la opinión que tienen los niños sobre su entorno.

-
-
- * Lograr la fomentación de una buena salud física y mental.
 - * Contribuir al cuidado del entorno y fomentar a futuro la cultura ambiental.
 - * Concientizar a los niños sobre la sobrevivencia de algunas especies.
 - * Identificar las debilidades y fortalezas de los niños sobre el tema del cuidado del medio ambiente.

Existen diferentes tipos de investigación, puede ser a través de técnicas cuantitativas como las entrevistas o encuestas a través de muestreo o las técnicas cualitativas como pueden ser las sesiones de grupo, entrevistas de profundidad, entre otras.

Queremos definir los diferentes tipos de investigación y determinar cuál es la más factible para la recolección de datos de manera que nos ayuden a conocer a nuestro consumidor.

Estudio cuantitativo: Son los estudios basados en datos estadísticos.

Estudio cualitativo: Se relaciona con la psicología, es decir, este estudio se basa principalmente en técnicas motivacionales, al igual que utiliza bases antropológicas, se caracteriza en las sesiones de grupo como en las entrevistas de profundidad.

Otro estudio no menos importante es:

Estudio de observación: Este se identifica por el registro de las conductas que tienen los clientes en otras empresas, de que forma actúan en la compra y venta de productos, cuál es el comportamiento que tienen en los mercados, entre otros.

Ecokids maneja un análisis cualitativo como cuantitativo, se hace primero la observación del niño ante las revistas infantiles y enseguida se aplica la encuesta para conocer el gusto del niño hacia la publicación, se realiza sondeo también para mejorar o reforzar los datos obtenidos. Este tipo de investigación, requiere recabar información acerca de los gustos de los niños, es decir, que opinión tienen sobre el cuidado del medio ambiente así como sus inquietudes, en cambio en la cuantitativa no se encuentran estos aspectos.

La investigación cualitativa sirve principalmente para detectar aspectos en el mercado que aún no se conocen, se detallan las características de nuevos productos o servicios, se indaga en la imagen y la posición de un producto, se describe la imagen más deseable para un producto, delinea la manera de comunicar el concepto del producto, detecta tendencias y actitudes de los consumidores y ahonda en las características, entre otros aspectos.

Decidimos aplicar encuestas, a niños de 9, 10, 11 y 12 años como método para nuestra investigación cualitativa, ya que resulta útil para resolver los problemas que tenemos en la toma de decisiones de nuestra publicación, estas encuestas serán para los niños de primaria, niños estudiando en una escuela gubernamental. Se elige esto ya que se puede obtener información acerca de

las emociones de los niños, las motivaciones que tienen, los pensamientos y hasta los sentimientos.

Esta encuesta será aplicada durante un día dentro de la escuela, pidiendo el permiso a la directora, ya que la recolección será más sencilla y encontraremos específicamente a los niños de las edades adecuadas con las que queremos trabajar, para que nuestros datos sean más objetivos utilizaremos preguntas cerradas.

Con la investigación de mercado podemos saber cual es el comportamiento del consumidor, que publicaciones compra, porque lo compran, cuando lo compran, cada cuando, después observaremos si el mercado es potencial o real, cuántos compran qué revista, que cosas nuevas ofreceremos.

Este proceso nos va a ayudar a conocer el tamaño del mercado que se desea cubrir, en el caso de vender o introducir un nuevo producto, sirve para determinar el tipo de producto que debe fabricarse o venderse, con base en las necesidades manifestadas por los consumidores durante la investigación, determina el sistema de ventas más adecuado, de acuerdo con lo que el mercado está demandando, define las características del cliente al que satisface o pretende satisfacer la empresa, tales como: gustos, preferencias, hábitos de compra, nivel de ingreso, etcétera, nos ayuda a saber cómo cambian los gustos y preferencias de los clientes, para que así la empresa pueda responder y adaptarse a ellos y no quede fuera del mercado.

El mercado está constituido por personas que tienen necesidades específicas no cubiertas y que, por tal motivo, están dispuestas a adquirir bienes y/o servicios que los satisfagan y que cubran aspectos tales como: calidad, variedad, atención, precio adecuado, entre otros, este grupo de personas tienen la necesidad y deseo por un producto por lo cual tiene la capacidad económica y legal para adquirirlo.

Para obtener dichos resultados podemos manejar fuentes como las encuestas, entrevistas personales, sesiones de grupo, observación, estas son llamadas fuentes externas primarias en el campo de la mercadotecnia, que son los más comunes y los más utilizados además de efectivos. Se manejan también las fuentes externas secundarias que son documentos que podemos consultar, estos nos lo ofrecen las diversas empresas o instituciones oficiales.

Para la investigación de nuestro mercado, se toma un grupo de niños con características similares, es decir, se divide el mercado en varios segmentos; 9 años, 10, 11 y 12 años, de acuerdo con los diferentes deseos de compra y requerimientos de los clientes, esto es únicamente para aplicar la encuesta, ya que los resultados no serán divididos. A esta edad es en la que les gusta jugar y que apenas están conociendo su medio ambiente; son niños a los que se les tiene que ir educando para que actúen de una forma responsable, debido a estas características seleccionamos a este público infantil ya que estos elementos son los que nos parece atractivo para trabajar con ellos.

La mercadotecnia utilizada será concentrada, es decir implica vender productos y servicios especializados, es decir, para clientes con características específicas, en este caso hablamos del medio ambiente, de lo que es la divulgación científica, aunque con un posible mercado diferenciado ya que además de medio ambiente, el producto en este caso, una revista, tendrá otras secciones relacionadas con diversas materias que ayudan a la educación del niño y a su aprendizaje.

Lo primero que haremos será determinar cuáles son las revistas más leídas por el público infantil, cuáles son los temas principales que les gustan a los niños, esta información la obtendremos a través de una encuesta aplicada en la delegación Iztapalapa en una escuela primaria de gobierno y realizaremos un sondeo a los niños más pequeños de nuestro rango de edad, con esto conoceremos las percepciones del mercado en relación con los diversos temas, las secciones y la atención que las demás publicaciones ofrecen.

La encuesta se aplicará en una escuela de nivel básico primaria gubernamental dividiremos en 4 etapas, niños de 9 años, 10 años, 11 y 12 años, sólo para aplicarla, aunque los resultados serán generales, esta será nuestra área de investigación.

Se generarán reportes de resultados de la investigación de mercados. Se organizará y coordinará el estudio de participación.

Si por alguna razón las encuestas no se entendieran o consideramos que falta información realizaremos una sesión de grupo, con la finalidad de obtener mejores resultados.

Se elaborará un informe a partir de reportes de resultados, el cual deberá quedar listo lo más pronto posible.

Se realizará el trabajo de campo, para analizar las encuestas.

Se programará de manera que el trabajo de campo se aplique en horarios normales de escuela y en días hábiles para que la aplicación sea más rápida y se cubran los grupos.

Se elaborarán diversas tablas para elegir los temas que solicita nuestro lector a través de los resultados de nuestras encuestas.

Los datos de estas encuestas serán plasmados en un informe, con la finalidad de que se tomen decisiones y se puedan cambiar o iniciar acciones en donde sea conveniente al igual que el sondeo. Con esta información observaremos el comportamiento de cada una de los niños de diferentes edades, como resultado podemos encontrar nuevos métodos para atraer su atención.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los niños encuestados tienen 9, 10, 11 y 12 años, que se encuentran en el nivel básico de primaria en la escuela Bruno Martínez ubicada en la zona Iztapalapa.

La encuesta se aplicó en horarios de clase de forma personalizada, pidiendo a los pequeños contestaran de la forma más sincera para que nuestros resultados sean reales, cabe mencionar que los padres tienen distintas profesiones y ocupaciones, estudiantes, amas de casa, secretarias, profesores, etcétera, esto lo preguntamos a los niños solo para saber el nivel socioeconómico que se maneja en esa zona.

De 170 niños encuestados, se analizaron los resultados uno a uno, detectando si existía algún error en las respuestas o en los cuestionarios. La tabla de resultados queda de la siguiente manera:

1.- ¿Qué tipo de programas de televisión prefieres ver y explica porqué?

CÓDIGO	OPCIÓN	#RESPUESTAS	%
1	Volcanes	4	2.35
2	Dinosaurios	21	15.88
3	Animales Salvajes	17	10
4	Mascotas	18	10.58
5	Bichos	8	4.70
6	Conocer como viven los niños de otros lugares	11	6.47
7	Cuerpo humano	8	4.70
8	Tecnología	10	5.88
9	Planetas	26	15.29
10	Ecología	47	27.64
11	Otro	0	0
Total		170	100

2. ¿Quién es tu personaje de caricatura favorito?

CÓDIGO	OPCIÓN	# DE RESPUESTAS	%
1	Bart Simpson	84	49.41
2	Batman	35	20.58
3	Spiderman	33	19.41
4	Superman	18	10.58
5	Otro	0	0
TOTAL		170	100

3. ¿Qué tipo de películas te gustan?

CÓDIGO	OPCIÓN	# DE RESPUESTAS	%
1	Terror	91	53.52
2	Suspenso	7	4.11
3	Caricaturas	40	23.52
4	Documentales	10	5.88
5	Ciencia Ficción	7	4.11
6	Comedia	8	4.70
7	Drama	7	4.11
8	Otro	0	0
TOTAL		170	100

4. ¿Practicas alguna actividad artística?

CODIGO	OPCIÓN	# DE RESPUESTAS	%
1	Danza	22	12.94
2	Pintura	65	38.23
3	Escultura	20	11.76
4	Música	63	37.05
5	Otra	0	0
TOTAL		170	100

5. ¿Practicas algún deporte?

CODIGO	OPCIÓN	# DE RESPUESTAS	%
1	Fútbol	102	60
2	Natación	16	9.41
3	Básquetbol	22	12.94
4	Baseball	9	5.29
5	Karate	16	9.41
6	Otro	5	2.94
TOTAL		170	100

6. ¿Qué género de videojuegos te gusta más?

CODIGO	OPCIÓN	# DE RESPUESTAS	%
1	Aventuras	42	24.70
2	Misiones	33	19.41
3	Carros	35	20.58
4	Peleas	25	14.70
5	Fútbol	25	14.70
6	Básquetbol	10	5.88
7	Otro	0	0
TOTAL		170	100

7.- ¿Cuál es tu materia favorita?

CODIGO	OPCION	RESPUESTA	%
1	Matemáticas	34	20
2	Español	64	37.64
3	Ciencias naturales	43	25.29
4	Biología	9	5.29
5	Geografía	20	11.76
6	Otra	0	0
TOTAL		170	100

8.- ¿Qué es lo que más te gusta leer?

CODIGO	OPCION	RESPUESTA	%
1	Revistas	39	22.94
2	Libros de texto	47	27.64
3	Libros de juegos	84	49.41
TOTAL		170	100

9.- ¿Qué tema te interesa más para leer?

CODIGO	OPCION	RESPUESTA	%
1	Salud	11	6.47
2	Tecnología	14	8.23
3	Historia	8	4.70
4	Cuidar el planeta	17	10
5	Animales	25	14.70
6	Escuela	6	3.52
7	Tu cuerpo	15	8.82
8	Derechos de los niños	20	11.76
9	Ciencia	10	5.88
10	Medio ambiente	18	10.58
11	Matemáticas	4	2.35
12	Espectáculos	8	4.70
13	Familia	14	8.23
14	Otros	0	0
TOTAL		170	100

10.- ¿Has leído alguna de las siguientes revistas?

CODIGO	OPCION	RESPUESTA	%
1	Virtual kids	9	5.29
2	Big bang	55	32.35
3	Eres niños	6	3.52
4	Barney	8	4.70
5	Barbie	9	5.29
6	Princesas	26	15.29
7	Cartoon network	47	27.64
8	¿Cómo ves?	7	4.11
9	Anime	3	1.76
TOTAL		170	100

11.- ¿Cuál te parece más divertida?

CODIGO	OPCION	RESPUESTA	%
1	Virtual Kids	9	5.29
2	Big bang	39	22.94
3	Eres niños	5	2.94
4	Barney	7	4.12
5	Barbie	32	18.82
6	Princesas	22	12.94
7	Cartoon network	50	29.41
8	¿Cómo ves?	2	1.18
9	Anime	4	2.35
TOTAL		170	100

12. ¿Qué contenido te gustaría ver en una revista para niños como tú?

CODIGO	OPCION	RESPUESTA	%
1	Espectáculos	18	10.58
2	Historias de terror	60	35.29
3	Ciencia	11	6.47
4	Cuidado del planeta	30	17.64
5	Tecnología	6	3.52
6	Deportes	19	11.17
7	Experimentos	26	15.29
8	Otro	0	0
TOTAL		170	100

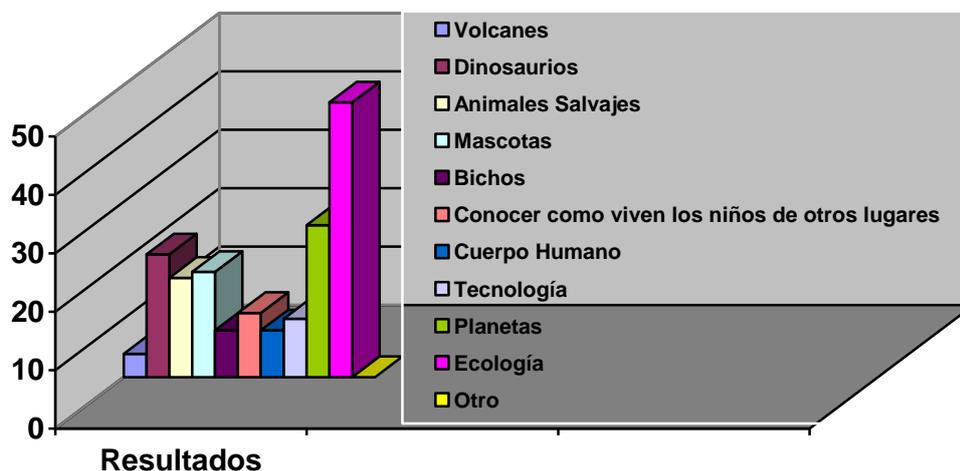
13. ¿Qué tema te gustaría conocer del medio ambiente?

CODIGO	OPCION	RESPUESTA	%
1	Cambio climático	15	8.82
2	Contaminación	20	11.76
3	Escasez de agua	22	12.94
4	Reciclaje	17	10
5	Reforestación	5	2.94
6	Desaparición de los bosques y selvas	47	27.64
7	Extinción de animales	44	25.88
8	Otro	0	0
TOTAL		170	100

14. Si tú escribieras en una revista ¿de que hablarías?

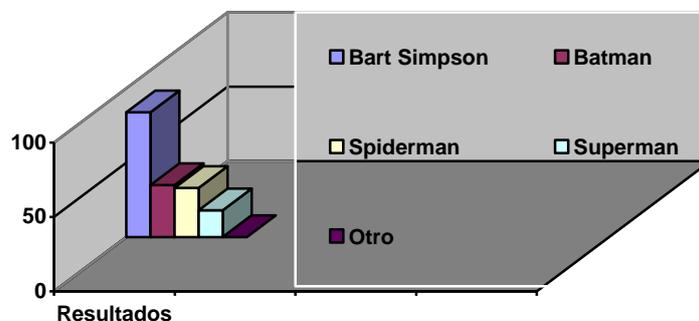
CODIGO	OPCION	RESPUESTA	%
1	Carros	1	0.58
2	Salud	12	7.05
3	Deportes	22	12.94
4	Planeta y Medio Ambiente	33	19.41
5	Espectáculos	18	10.58
6	Tecnología	8	4.70
7	Historias de Terror	11	6.47
8	Cuerpo Humano	6	3.52
9	Animales	15	8.82
10	Derechos Humanos	5	2.94
11	Política	3	1.76
12	Ciencia	11	6.47
13	Noticias	3	1.76
14	Familia	2	1.17
15	Sin comentario	20	11.76
TOTAL		170	100

1.- ¿Qué tipo de programas de televisión prefieres ver y explica porqué?



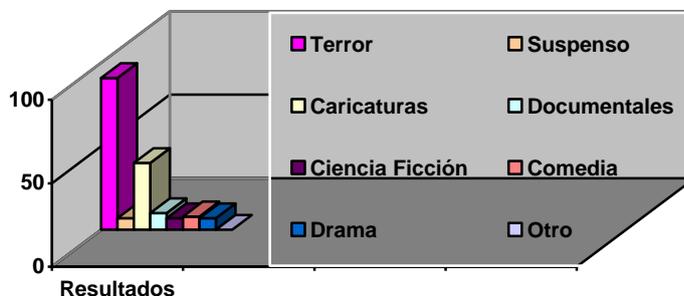
Los resultados que arrojaron las encuestas fue que a un 27.64 por ciento de la población infantil prefiere ver programas de televisión relacionados con la ecología porcentaje mayor a comparación de los volcanes con un 2.35 que fue el más bajo. Sin embargo el segundo tema preferido de los niños es lo relacionado con los planetas con un 15.29 por ciento y en tercer lugar el tema de los dinosaurios con un 15.88 por ciento.

2. ¿Quién es tu personaje de caricatura favorito?



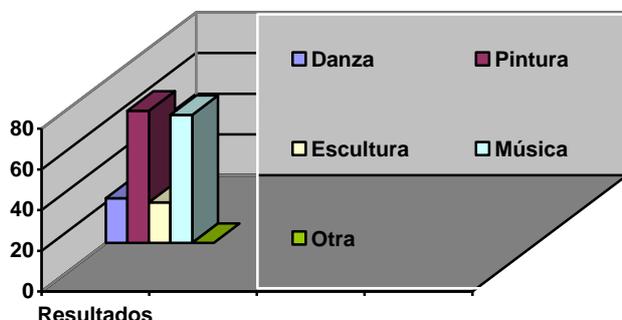
El 49.41 de la población infantil decidió que el personaje de caricatura favorito es Bart Simpson, seguido de un 20.58 Batman, Spiderman con un 19.41 y un 10.58 Superman.

3. ¿Qué tipo de películas te gustan?



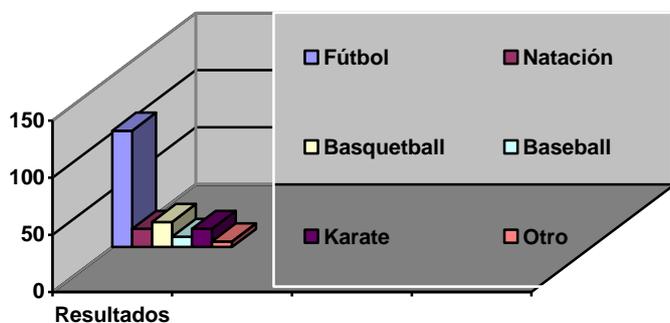
Más de la mitad de nuestra población muestra prefiere las películas de terror, el 53.52 por ciento gusta de asustarse, seguida del 23.52 por ciento que corresponde a las películas de caricaturas y en tercer lugar dejan los documentales con un 5.88 por ciento.

4. ¿Practicas alguna actividad artística?



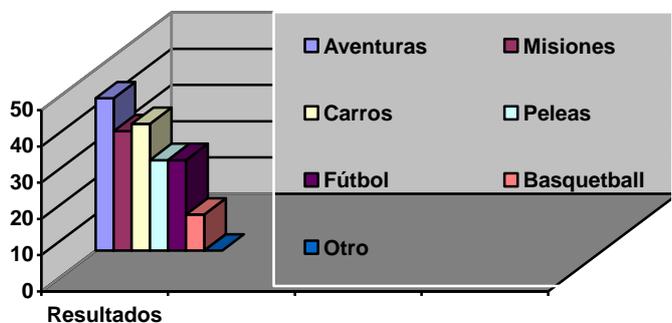
El rubro de pintura tiene el porcentaje más alto en cuanto a las actividades artísticas ya que maneja un 38.23 por ciento, seguida de la que quizá pudimos considerar el rango más alto como lo es la música con un 37.05 por ciento y finalmente la danza que maneja un porcentaje de 12.94.

5. ¿Practicas algún deporte?



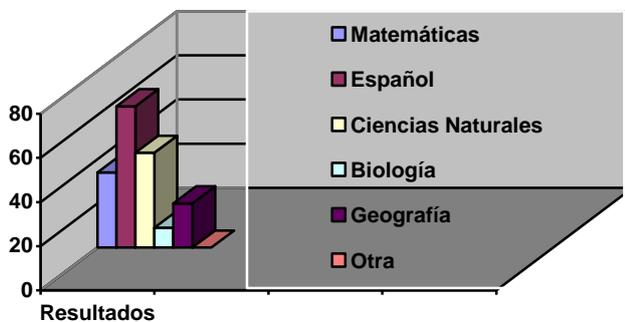
Más de la mitad del público infantil practica el fútbol, de acuerdo a nuestros resultados es un 60 por ciento, en segundo lugar y con una gran diferencia el 12.94 de los niños practican basquetball, mientras que el 9.41 por ciento practica otras actividades como el karate y la natación, una cantidad mínima del 2.94 prefiere practicas otro tipo de deportes.

6. ¿Qué género de videojuegos te gusta más?



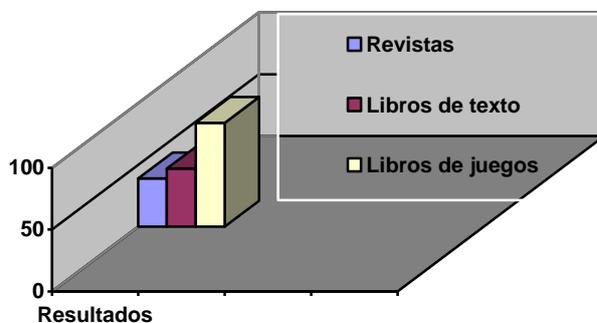
Los videojuegos más buscados son los de aventuras, un 24.70 por ciento prefiere este género, el 20.58 se decide por los carros y el 19.41 por las de misiones, que siempre suelen ser más largas.

7.- ¿Cuál es tu materia favorita?



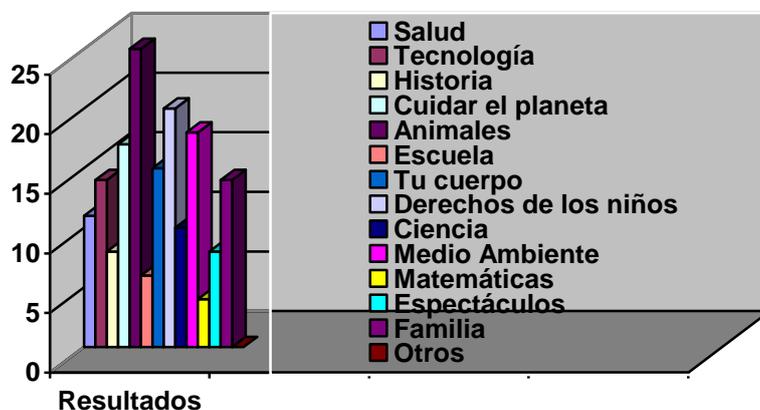
La materia favorita de los niños de 9 a 12 años es la de español que tiene un 37.64 por ciento, el 25.29 por ciento prefiere la materia de ciencias naturales y en tercer lugar con un 20 por ciento las matemáticas.

8.- ¿Qué es lo que más te gusta leer?



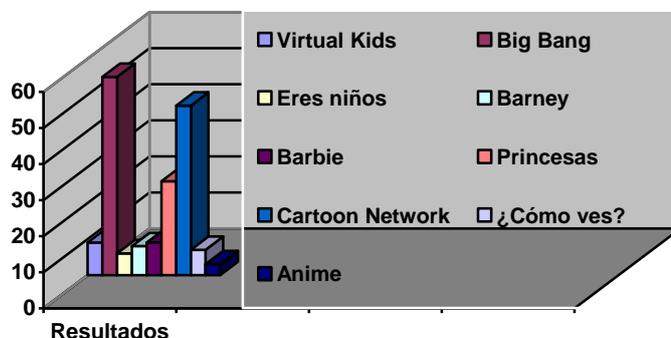
Definitivamente los niños dicen que les gustan más las lecturas de juegos y esto lo dice el 49.41 por ciento, mientras que el 27.64 por ciento prefiere los libros de texto y con un porcentaje del 22.94 por ciento les gusta la lectura de las revistas.

9.- ¿Qué tema te interesa más para leer?



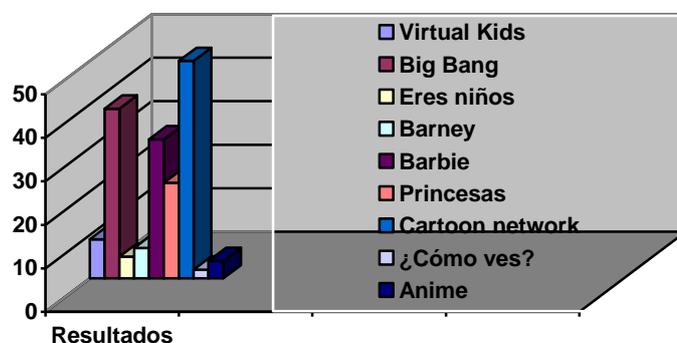
Los 3 temas más interesantes para los niños son los animales con un 14.70 por ciento, seguido de los Derechos de los niños con un porcentaje del 11.76 y en tercera opción el Medio Ambiente con un porcentaje del 10.58.

10.- ¿Has leído alguna de las siguientes revistas?



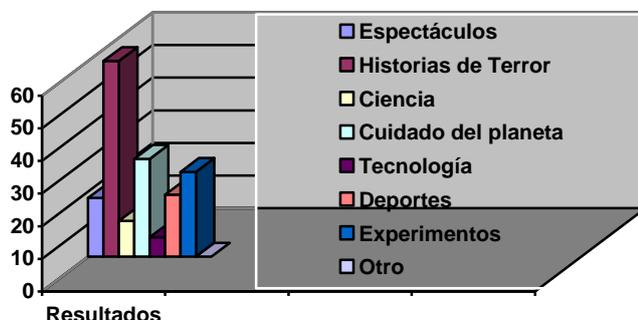
Las revistas más leídas son : Big Bang con un 32.35 por ciento, seguida de Cartoon Network con un 27.64 por ciento y en tercer lugar la revista princesas con un porcentaje del 15.29.

11.- ¿Cuál te parece más divertida?



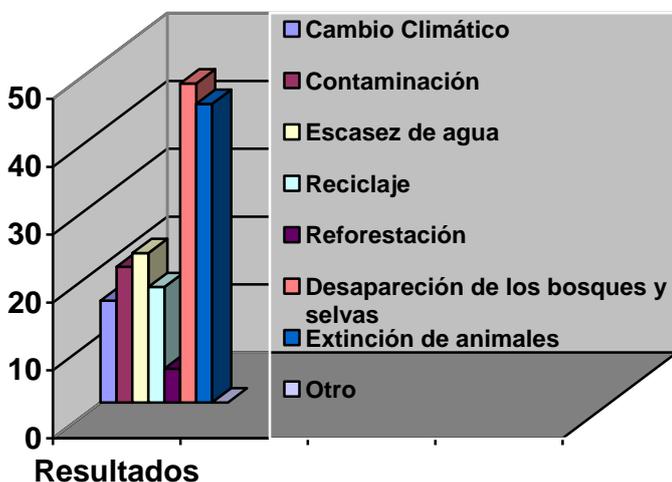
Sin embargo, la que consideran más divertida es la de Cartoon Network con un porcentaje del 29.41 y en segundo lugar la revista de Big Bang con un 22.94, seguida de la publicación Barbie con una porción infantil del 22.94.

12. ¿Qué contenido te gustaría ver en una revista para niños como tú?



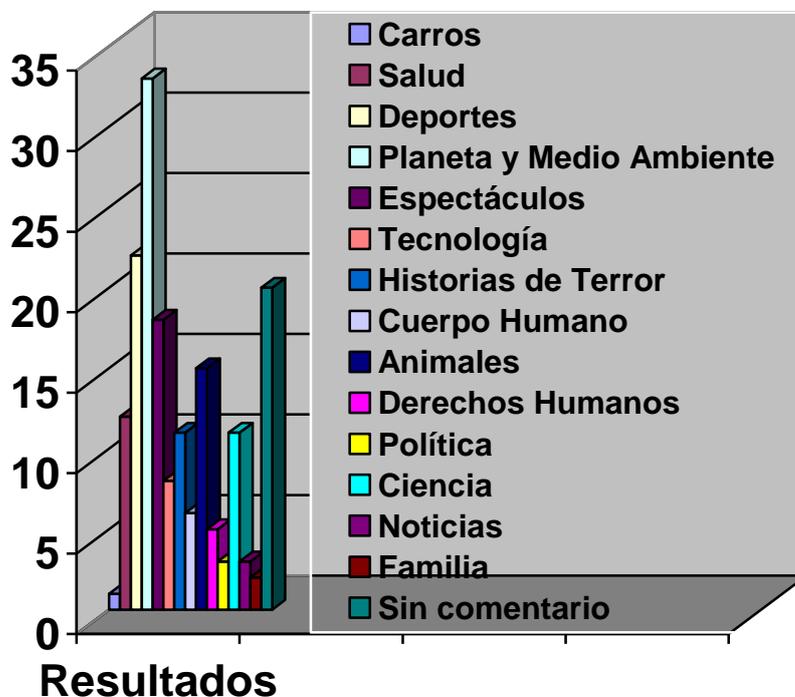
El público infantil prefiere ver temas como las historias de terror que obtuvo un porcentaje del 35.29, cuidado del planeta tiene un 17.64 por ciento y al tercer grupo le agradaría ver temas relacionado con los experimentos, es decir a un 15.29 por ciento de la población infantil.

13. ¿Qué tema te gustaría conocer del medio ambiente?



Desaparición de los Bosques y Selvas es el tema que prefieren los niños, esto equivale a un 27.6, el 25.88 por ciento le gustaría conocer el tema de la desaparición de los animales y el tercer tema maneja un porcentaje del 12.94 de la escasez de agua.

14. Si tú escribieras en una revista ¿de qué hablarías?



En esta pregunta se puede observar el interés por conocer un tema en este caso 19.41 por ciento de los niños encuestados han dicho que prefieren escribir acerca del Planeta y el Medio Ambiente, el segundo tema son los Deportes con un porcentaje del 12.94 y en tercer lugar los Espectáculos con un 10.58 por ciento.

Se encuestaron a 170 niños para conocer sus gustos, de acuerdo a los resultados es como se fueron eligiendo las notas que aparecerían en la publicación Ecokids.

Esta revista enfocada a la preocupación por mejorar el medio ambiente se decide por los resultados obtenidos en las preguntas 1 y 14 que ecología se encuentra en primer lugar y tomando en cuenta también la pregunta número 9 que aunque la ecología está en tercer lugar, no desaparece completamente o no se encuentra en los últimos lugares de interés, por lo que se decide incrementar la información en este tema para desarrollar aún más el interés del público infantil. Las demás preguntas nos sirven para conocer los gustos e ir formando los artículos y secciones de la publicación, consintiendo a los niños y ofreciéndoles la información que quieren leer.

La revista definitivamente va dirigida a niños de una clase con un nivel socioeconómico C y D, de acuerdo a la información que nos proporcionó la directora de la escuela primaria Bruno Martínez; y de hecho queremos llegar a un público donde las posibilidades de obtener una revista son de un nivel medio, ya que así llegaremos a más gente.

Con base en las encuestas aplicadas se pudo apreciar que el público infantil está muy interesado en adquirir productos cada vez más especializados, con información amplia y sobre todo a un costo accesible, notamos que los temas que más sobresalieron fueron Extinción de los animales, Derechos de los niños y el Medio Ambiente, por lo que hemos decidido que estos temas sean parte del contenido de nuestra publicación, por ejemplo la desaparición de los bosques y selvas que fue el tema que más les interesa conocer en cuanto al medio ambiente, seguido del animales en extinción y escasez de agua, por lo que el primero aparecerá como reportaje principal dentro de la publicación Ecokids.

El objetivo de la revista Ecokids es introducir un nuevo producto al mercado. Por eso es que, en un lapso de seis meses, se planea hacer una producción promedio de 15000 revistas mensuales. Este dato se determinó con base en una investigación hecha en negocios similares en tamaño y que tuvieron éxito en estrategias de ese tipo. De ahí se determinó que el promedio de ventas mensuales debería ser de la misma cantidad ya que al inicio de operaciones esta publicación será entregada en escuelas primarias para darla a conocer y una vez transcurridos dos años, ese promedio ascendería a poco más del doble de publicaciones.

El análisis de mercado mostró que en la colonia Tenorios, de nivel socioeconómico C y D falta información acerca del medio ambiente, información impresa en una revista y que los niños demandan ese contenido, por lo que se decide que Ecokids será un buen espacio de temas ecológicos.

PERIODICIDAD Y TIRAJE

La periodicidad es la que dio el nombre a las publicaciones que se editaban de una forma determinada, ya se semanal, quincenal, trimestral.

Ecokids tendrá una periodicidad mensual, de esta manera se tendrá el tiempo suficiente de recolectar las notas, avances tecnológicos, etcétera, ya que el cuidado que le daremos a cada tema debe tener tiempo suficiente para un análisis, dándole también espacio al niño de recordar la información que le ofrecemos para que cuando tenga la siguiente edición vaya con gusto a conocer el nuevo contenido de la publicación y que le sea mas sencillo adquirir la publicación en un mes que en una semana o quincena.

De acuerdo al total de niños en la República Mexicana, se ha llegado a la conclusión de que 15000 ejemplares será el tiraje de ésta revista dirigida a niños de 9 a 12 años, tomando en cuenta que se encuentran en grupos de tercero a sexto año de primaria y teniendo también como público a niños de 8 años, jóvenes y padres de familia, mercado que irá creciendo poco a poco al conocer *Ecokids*, al cabo de dos años aproximadamente que ya se conozca la publicación repartida inicialmente en escuelas primarias, DIF, casas de las culturas, o alguna otra institución que reúna al publico infantil.

ORGANIZACIÓN DE LA REVISTA

Ya que tenemos el tema principal de la revista, debemos pensar en que se necesita para la creación de la revista, cuáles son los recursos que se necesitarán, cuál es el personal que labora en una empresa como es una publicación.

La revista tiene sus diseñadores, su producto manufacturado a base de noticias, material especial, fotografías y anuncios, que aparecen en papel impreso, su organismo de ventas, encargado de distribuir el producto y vender espacio a los anunciantes y oficinas administrativas y de contabilidad.

La revista es un organismo viviente, por lo tanto, la organización de un organismo editorial difiere en varios respecto a la de una empresa industrial ordinaria y esas diferencias obedecen en gran parte a la condición y la historia del periodismo mismo, por lo que no existe una manera uniforme de organizar una revista.

Por ejemplo, la organización del periódico necesita tener dos lados el editorial y el administrativo.

Aunque no exista una forma única de organizar una empresa periodística, todos los periódicos, se dividen por departamentos como puede ser la Gerencia General y Editor responsable, Director de Publicidad, Gerencia de Recursos Humanos, Distribución, emisión y/o venta de publicaciones, edición e impresión y finalmente la Redacción. Sin embargo, cada periódico lo maneja de la manera que mejor le convenga, es decir de acuerdo a los integrantes tenga la empresa periodística.

Ecokids como empresa tendrá áreas como la:

1. Ejecutiva.

Es el área donde se encuentran las cabezas mayores, por así decirlo, como el director general o como mencionamos anteriormente el área gerencial.

Maneja la administración general de la compañía editora. Suele consistir en una junta directiva, un presidente editor o un director general.⁵⁷

En este departamento encontramos al Director general, de hecho la palabra dirección proviene del verbo *dirigere*: éste se forma a su vez del prefijo di, intensivo, y *regere* que quiere decir regir o gobernar. Este último deriva del sánscrito raj, que indica preeminencia.

⁵⁷ Fraser Bond, *Introducción al periodismo*, Ed. Limusa, México, 1974, Pág. 19.

Esta definición es similar a la definición de administración, aunque la dirección es el corazón o esencia de la administración.

La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente o delegando dicha autoridad, y se vigila de manera simultánea que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitidas⁵⁸.

Se encarga de la administración y entrega de resultados al área editorial, es decir es el responsable del resultado final ya que el aprueba la distribución de los contenidos como el diseño final de la publicación.

El director general es la persona a cuyo cargo está el régimen o dirección de un negocio, cuerpo o establecimiento especial. Es el encargo de la dirección de negocios de una compañía.⁵⁹

Nuestro siguiente departamento, es el área de:

2. Diseño

En este departamento se maneja la composición de la publicación, es decir, la formación de planas, las llamadas planchas curvas y rotativas, que no sólo imprimen el periódico sino que lo doblan y cuentan el número de ejemplares.

Se encarga de montar la revista. Su labor es fundamental ya que tiene que hacer una especie de puzzle: su labor consiste en juntar las páginas aportadas por el departamento de redacción y por el departamento de publicidad (van por separado) y que cada una de las páginas se sitúe en el lugar correcto (es decir, por ejemplo, que el interior de contraportada no aparezca en la página 15).⁶⁰

⁵⁸ Reyes Ponce Agustín, *Administración moderna*, Ed. Limusa, México, 2010, Pág. 384.

⁵⁹ Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, Ed. Espasa-Calpe S.A., Madrid, 1993, Pág. 565.

⁶⁰ <http://www.todoexpertos.com/categorias/humanidades/periodismo/respuestas/636800/organigrama-de-un-periodico>

Este departamento está formado por el Director de diseño, quien se encarga del área mecánica, es decir tiene que supervisar que tanto el área de diseño como quienes diagraman lleven a cabo sus labores con buenos resultados y en el menor tiempo posible.

El encargado de idear y proyectar mensajes visuales, contemplando diversas necesidades que varían según el caso: estilísticas, informativas, identificatorias, vocativas, de persuasión, de código, tecnológicas, de producción, de innovación, etcétera es el diseñador editorial.

El Diseño editorial consiste en la diagramación de textos e imágenes incluidas en la publicación.⁶¹

Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, y estas pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar)
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas)
4. Cuales son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.

Diagramador. Es la persona que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas. Se encarga de la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página.

⁶¹ <http://html.rincondelvago.com/diseno-editorial.html>

3. Editorial

Esta división se encarga de redactar el periódico. Se ocupa no sólo de los editoriales sino de todas las noticias y de todo el material especial, inclusive la información gráfica.

Está formado por el editor, el periodista que se encarga de estructurar la información de los reporteros. En condiciones especiales, algunos materiales informativos llegan a la mesa donde se procesa el material periodístico de cada jornada, de manera fraccionada o desordenada y hasta mal escrita. El editor entonces rehace notas o integra varias en una sola.

También es quien selecciona las notas que llegan por agencias informativas y las fusiona en una cuando se trata de un mismo hecho visto desde ángulos distintos y originales.

El editor es una persona de altísima preparación periodística y literaria. Sabe de los diferentes temas, detecta faltas de comprensión y contextualización; determina si el asunto debe presentarse con el apoyo de uno o más textos y material gráfico, y se responsabiliza de que cada información en lo particular y de cada sección de la publicación se “empaquete” correctamente⁶².

Jefe de información. Es aquel que será el encargado de distribuir el trabajo de campo de los reporteros. Propone los temas que se integren a la revista., investiga los temas de actualidad para tener información de primera mano, las novedades y revisa los artículos que publican las otras revistas para no cometer plagios y/o publicar las mismas notas.

Corrector de estilo. Será el encargado de que los textos que formen parte de la revista no tengan errores gramaticales ni de sintaxis, procurará que el contenido sea lo más claro posible para el lector, sin cambiar la idea del reportero.

Reporteros. Se le denomina reportero a quien investiga y redacta notas informativas, entrevistas y reportajes; a quien elabora artículos se le llama articulista; al que hace editoriales, editorialista; al que hace columnas, columnista; al que elabora caricaturas, caricaturista o monero; al que toma fotografías, filmaciones o videos, reportero gráfico; y al que ejercita la crónica cronista.

⁶² Marín, Carlos, *Manual de periodismo*, México, Ed. Grijalbo, 2001, pág. 31.

Pero todos, cualquiera que sea el género que practiquen, son periodistas y tienen ciertas responsabilidades:

- ✓ Dominio técnico del periodismo
- ✓ Apego a la verdad
- ✓ Conciencia de servicio al público que conlleva su trabajo

Las distintas actividades que entran en juego en la elaboración de un diario, una revista, o un noticiario en medios electrónicos, permiten clasificar a los periodistas:

El reportero es el sujeto clave del mejor periodismo, es quien busca noticias, hace entrevistas, realiza reportajes. Vive en interés constante y sonante en lo que sea que atraiga atención pública; está enterado de los principales acontecimientos y tiene frecuente contacto con los protagonistas y proveedores de información. El reportero es un cazador en permanente estado de alerta.

Por ser el principal proveedor de la materia principal del periodismo, es decir, la información, el reportero es la pieza fundamental de toda institución periodística. Es tan importante su papel que no existe en ninguna empresa periodística ninguna función, por "directiva" o jerárquica que sea, más importante que un excelente reportaje revelador, una noticia trascendente y original o una entrevista insólita.

Reportero gráfico también conocido como fotógrafo de prensa. Se encarga de tomar las imágenes que acompañarán a las notas, pueden ir con el reportero o realizar su trabajo independiente. Estas imágenes son las que describirán mejor el trabajo del reportero ya que le da sensibilidad.

El trabajo del fotógrafo fue, durante mucho tiempo, puesto en segundo término frente a los reporteros, lo mismo en prensa que en televisión. Sin embargo, su trabajo es igual de importante que el de los reporteros que escriben. Hay reporteros gráficos que no captan únicamente las imágenes –para lo cual, por supuesto, se requiere una preparación técnica y una sensibilidad especial, artística y sobre todo periodística-, si no que desarrollan su iniciativa y con o sin orden de información y en compañía o no del reportero, aprovechan cuanta oportunidad se les presenta para hacer el trabajo que pareciera reservado únicamente a los reporteros de la libreta y grabadora.⁶³

⁶³ Marín, Carlos, *op cit.* pág. 30.

4. Administrativa

Este departamento se encarga de obtener el dinero que las otras divisiones gastan. Levanta la circulación, obtiene anuncios y emprende actividades de promoción del periódico. Su propósito es ensanchar el prestigio del periódico. En otras empresas periodísticas podrían denominarlo Área de publicidad.

El gerente administrativo se encargará de la publicidad y es quien debe mantener organizada la agenda de clientes, ya que incluye la venta de avisos abriendo un espacio a campañas, programas especiales, realización de eventos, entre otras actividades que beneficien a la publicación. También es quien se encargará de una parte de recursos humanos, es decir las contrataciones. Además, distribuirá las áreas de publicidad y ventas de manera que lleve control sobre ambas.

El publicista es el encargado de manejar la publicidad tanto externa como interna de la revista, se ocupa de captar a los anunciantes, asignarles un espacio así como también promover la revista en el mercado, hacer que nuestra publicación sea la preferida entre las demás publicaciones infantiles con el fin de que los niños sean atraídos de una manera rápida por la preocupación de su medio ambiente.

Dentro de este departamento están las Ventas, que será el área encargada de recoger los frutos del trabajo en conjunto de las otras áreas, el producto ya publicitado.

Dentro de los Recursos Humanos se encuentra el personal que es concretado en un organigrama y está dividido de la siguiente manera:

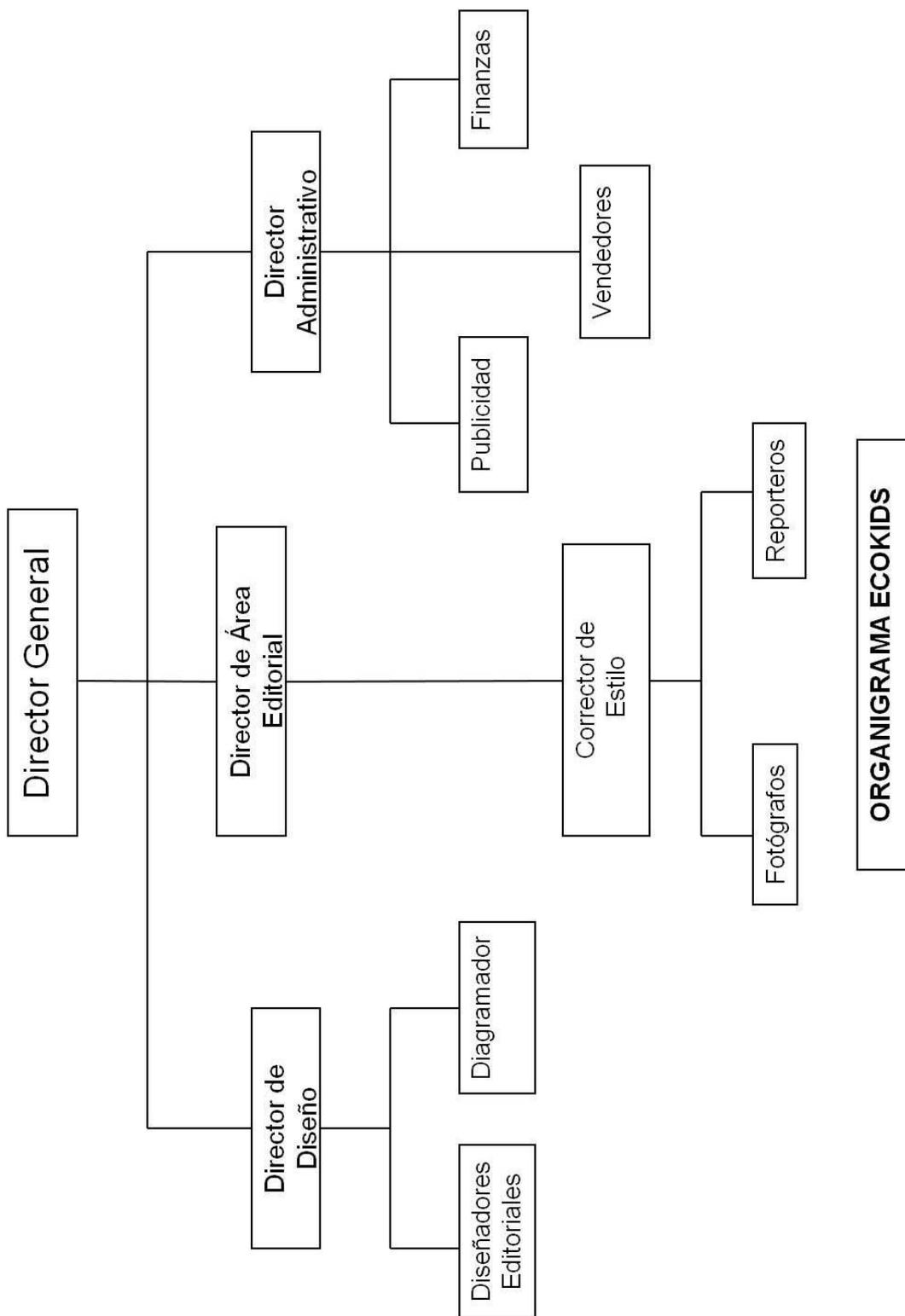
Director General de quien dependen el Director Editorial, el Jefe del área de diseño y el director de Administración.

El Director periodístico (que cuenta con la ayuda de un corrector de estilo) tiene a su cargo a los Periodistas y Fotógrafos.

Jefe del área de diseño, de él depende el Responsable de Diagramación y el diseñador.

Director del Área Administrativa tiene a su cargo al responsable de la Publicidad y el responsable de Ventas.

Departamento de suscripciones y atención al cliente (se encarga de las relaciones con la imprenta, con la distribuidora, se encarga de repartir a los puestos de periódico la revista, así como de atender las altas y bajas en las suscripciones y que el medio se encuentre el día concreto en los periódicos). Lo suelen formar un director de suscripciones y el resto del personal que trabaja en ese departamento.



ORGANIGRAMA ECOKIDS

RECURSOS MATERIALES

Para la descripción de los recursos materiales utilizados en la revista Ecokids, explicaremos primero a que se refiere el rubro de Recursos Materiales, para ello tomaremos un fragmento del libro de Agustín Ponce quien habla de esto en su libro Administración Moderna, ya que esto es básico para toda empresa.

Ante todo, integran la empresa: sus edificios: las instalaciones que en éstos se realizan para adaptarlos a la labor productiva; la maquinaria, que tiene por objeto multiplicar la capacidad productiva del trabajo humano, y los equipos, o sea todos aquellos instrumentos o herramientas que complementan y aplican más al detalle la acción de la maquinaria.

Las materias primas, o sea lo que ha de salir transformado en productos; las materias auxiliares, es decir aquellas que, aunque no formen parte del producto, son necesarias para la producción, los productos terminados, que aunque normalmente se trata de venderlos cuanto antes, es indiscutible que casi siempre hay imposibilidad, y aun conveniencia, de no hacerlo, desde luego para tener, por ejemplo, un inventario a fin de satisfacer pedidos, o para mantenerse siempre en el mercado. Puesto que forman parte del capital, deben considerarse parte de la empresa.⁶⁴

El principal recurso que Ecokids necesita además de las instalaciones como empresa, es el papel, ya que es la materia prima para la creación de nuestra revista, hemos decidido que el papel idóneo para esta sea el papel reciclado, aunque se necesita pensar si será el efectivo ya que los papeles están diseñados para cada tipo de impresión, podemos manejar también el bond o el couché que es más común en publicaciones y son estos últimos los que dan una mejor presentación.

Las tintas para la selección de color son fabricadas con materiales sintéticos esto permite que se logre una calidad uniforme. Los elementos que intervienen en la elaboración de tintas son los pigmentos, barnices, compuestos químicos,

⁶⁴ Reyes Ponce Agustín, *Administración moderna*, México, Editorial Limusa, 2010, págs. 479.

aditivos y secantes. Así como el papel está diseñado para los diferentes tipos de impresión también se da con las tintas, el fabricante debe saber que tipo de tinta utilizar que sea resistente contra el agua, contra la luz, la lluvia, etcétera, cada tinta es especial, de acuerdo al tipo de trabajo para el que se quiera utilizar.

En un principio consideramos realizar un acuerdo con una imprenta que nos ofrezca el presupuesto considerando todos los insumos y la mano de obra. Siendo *Ecokids* encargado de la distribución del material.

4

Maquetación Ekokids

DISEÑO DE ECOKIDS

Una vez que sabemos que la creación de la revista será dirigida al público infantil teniendo como tema principal la *Ecología*, iniciaremos con transformar las ideas y conceptos en un orden estructural y visual, es decir, la *Diagramación*, tiene dos objetivos básicos como son la funcionalidad y estética, el primero nos lleva a pensar en que debe ser una lectura legible y cómoda de los contenidos de la publicación y la estética, es la presentación que podemos dar a la edición de una forma equilibrada desde el acomodo de las notas, hasta las fotografías.

La publicación será nuestra presentación, por ello es importante el orden y valor de todo el material de redacción como los textos, las ilustraciones, los anuncios publicitarios, pues son los que conforman completamente la publicación, esto es lo que hará grato a nuestro público y le será sencillo localizar el contenido.

El diseño tiene un proceso de confección, compaginación y distribución, la primera será la ubicación exacta de todas y cada uno de los artículos con un buen arreglo, la compaginación será el acomodo de manera armónica, aquí es donde entra la creatividad de nuestros diseñadores y la distribución será la división ordenado por secciones, regularmente esto no cambia, ya que, cada que sale la edición se encuentran guardada la información de los espacios tanto de los títulos como de las notas, columnas, reportajes, entrevistas, etcétera.

Los programas de maquetación de revistas más comunes son *Quarkexpress*, *Illustrator*, *Indesign*, y también se puede utilizar *Corel Drawn*, ya que con estas se pueden ir creando páginas muestras que nos servirán como plantillas para quitar y agregar texto o dibujos e ir viendo como quedaría. Debemos trabajar en la portada que es la principal presentación de una publicación esta tiene que ir seguida de las páginas interiores, como lo forman las columnas, el tipo de letra, encabezados, pies de fotos, la gama de colores que utilizaremos y que tenga una organización agradable a la vista, esto será trabajo del diseñador ya que es el creativo y es quien le irá dando vida a la publicación, a través de una buena estructura, las secciones por ejemplo, se deben manejar cuidadosamente, ya que es importante que en las páginas donde encontremos el texto exista un orden en el número de páginas, en los espacios donde irán los encabezados, los nombres de las secciones, regularmente cuando son secciones permanentes el espacio ya se encuentra ubicado, para que así sea fácil determinar las imágenes y textos de los siguientes números de manera más sencilla, sin tener que estar midiendo espacios y perder tiempo en el diseño.

Una vez que pensamos el tema principal de la revista, que tenemos el nombre, slogan, las secciones, las notas, artículos, reportajes, entrevistas, etcétera que aparecerán en las publicaciones, lo llevaremos al arreglo en computadora, primero con ayuda de los programas que se mencionaron iremos realizando

nuestras plantillas donde podemos cambiar el tamaño de las letras, colores, tamaños de fotografías, espacios, etcétera, para que al final el resultado sea impreso en papel.

Estos detalles que se manejan en una publicación, van adquiriendo forma, primero el *logotipo*, es el gráfico que identifica a nuestra publicación, decidimos que nuestro *logotipo*, es decir, que la marca de *Ecokids* sea simple y sencillo para que el niño no tenga tanto problema de identificarlo, así que decidimos únicamente la palabra *Ecokids* como firma, los colores utilizados fueron sacados de un pantone universal el cual ya está determinado por la Industria de Impresión y los cuales se obtienen en una escala de CMYK y se llama selección de color, donde C es abreviatura del color cian, M magenta, Y yellow, K black, también a esta mezcla de 4 colores para formar uno solo se le llama Cuatricromía. Los colores utilizados para nuestro logotipo fueron: verde creado con porcentajes de color cian a un 9 por ciento, magenta cero por ciento, yellow 93 por ciento y cero por ciento en black, separado de una repetición de letra pero en color amarillo con porcentajes en cian del 50 por ciento, magenta en cero por ciento, yellow en 100 por ciento y black en cero por ciento, las tipografías utilizadas son Ravie Regular 146,84 y One Stroke Script Let plain 45,19 puntos, el nombre se encuentra sobre una elipse color rojo y naranja con porcentajes de cian 0 por ciento, magenta 100 por ciento, yellow 100 por ciento y un cero por ciento de black, textura y envolvente de cian 0 por ciento, magenta 42, yellow 93 y black 0 por ciento. Este diseño fue creado en el programa de Illustrator, ya que es más fácil manejar las curvas, mide 11.00 por 9.5 cm.



Para el diseño del proyecto se utilizaron 3 programas que son *Photoshop* para arreglar imágenes y realizar los fondos utilizando un pincel de 618 a 2500 píxeles, ya que se dió una variación para obtener diferentes formas de curvas, se manejan también degradados por lo cual también se eligió este programa, pues el manejo es mejor; los elementos como cabezales, body text, dibujos se crearon en *Illustrator*, ya que como se mencionó se manejan mejor las curvas, y finalmente se utilizó el programa de *Indesign* para lo editorial, es decir el armado de imágenes con fondo y texto.

TIPOGRAFIA. La tipografía utilizada son los caracteres diseñados para que el producto tenga una visión atractiva, ya que cada tipo de letra tiene una expresividad, la fuente es el conjunto de estas, la manejan por tamaños y grosores, es uno de los elementos que se utiliza en el diseño, algunas representan elegancia, otras alegría o tristeza según el tipo de fuente.

El propósito del diseño en la tipografía es que debe llamar la atención, debe transmitir un mensaje comercial.

En una revista se tiene la posibilidad de jugar con muchos tipos de letras de acuerdo al contenido de cada nota o reportaje, la idea es que cause un efecto interesante. Debemos pensar en la tipografía que fue diseñada para impresión.

La tipografía es uno de los elementos que aporta una visión atractiva a la página, mientras la tipografía se utilice constantemente ya sea en textos o titulares serán los que determinen la personalidad de la publicación.

Cuando se elige una tipografía se debe tomar en cuenta el tipo y familia de letra, es decir el tipo es la letra o también llamada carácter que se utiliza para la impresión. Existen 3 variedades como son las negritas, redondas y cursivas; ahora bien, la familia tipográfica es el conjunto de letras de diversos cuerpos y series como son las redondas, negritas cursivas, anchas, estrechas, que son del mismo estilo y se obtienen partiendo del mismo diseño básico.

Para *Ecokids* elegimos familias tipográficas sin dificultad para la lectura, como también tomar en cuenta que las letras no sean muy anchas o demasiado finas. Es una tipografía elegida para relacionarla con el texto que combinada con la realización de los titulares con una corta extensión hacen una fácil comprensión, ya que también son concisas e informativas para que al instante sepan el tratamiento del contenido.

Existen cientos de familias tipográficas que en un ordenador cambian constantemente, como también clasificaciones para agrupar los estilos de letra, pues se toma en cuenta antigüedad, diseño global, forma de remates, entre otros aspectos. Cada diseño tiene su propia historia

El tamaño de una letra se mide en puntos tipográficos y es lo que se llama *cuerpo*, este punto tipográfico equivale a 0,376 mm y 12 de estos puntos forma un *cícero*. El actual *punto didot* o *punto tipográfico* fue fijado en 1775 por Francois Ambrois Didot. Es importante mencionar que 12 puntos americanos forman una *pica*, que es la base donde todas las revistas deberían ser creadas.

Los elementos basados en tipografía son los titulares, antetítulos, subtítulos, entradillas, sumarios, ladillos, cintillos, textos, despieces y apoyos, pies de foto y fotonoticias.

Existen ciertas características de cada familia tipográfica, por ejemplo en la letra **g** minúscula, destacan elementos como la medida y forma del anillo superior, la posición y forma de lágrima, el ángulo del elemento de unión de los anillos superior e inferior y el tamaño y forma del anillo inferior. Las partes del tipo se pueden observar en la siguiente figura:



Fuente: www.fotonostra.com/grafico/partescaracter.htm

COLOR. Es la característica que va dando vida a algún elemento, llámese tipografía, imagen, etcétera, es aquel que puede resaltar una nota más importante que otra, puede estar de fondo y separarlo del texto, o simplemente decidir la unión de dos tonos de un mismo color para dar énfasis visual diferente a distintas partes de un texto.

En *Ecokids* se ha decidido que el color que debe resaltar en sus diferentes tonalidades. Será el verde nuestro color principal, ya que es una revista ecológica y de esta forma se crearán a menudo efectos muy dinámicos sobre un fondo coloreado, en los textos, en los títulos, entre otros elementos.

Los diseñadores ya manejan una gama de colores y al observar un color inmediatamente refleja alguna emoción o nos lleva a imaginar algún producto comercial. Alan Swann dice que los colores fríos y ligeros como azul y verde se utilizan con frecuencia en la promoción de objetos para baño, colores ocres, más cálidos pueden proyectar una imagen veraniega y por otra correosidad y clasicismo, colores brillantes, estilos de vida modernos y tendencias modernas, en comunicación de masas, colores oscuros-verdes oscuros, colores avinados y azul marino son útiles para aludir a la sofisticación y calidad. Afirma que los

colores proyectan un estado de ánimo o sensación, por ejemplo menciona que los grises representan sensaciones agresivas y misteriosas; los rojos provoca tensión y suspenso; las tonalidades suaves, delicadas representan anhelos románticos.

El color en esta publicación es de suma importancia, ya que unido con la tipografía y las imágenes, reflejan un estímulo. De hecho la combinación siempre se elige para deslumbrar al cliente.

Existen la cuatricromía para impresión y para la red, los colores luz que son para pantalla como el Red, Green y Black que son únicamente para proyectos web y la otra que son para impresión donde cada color se identifica por sus siglas CMYK.

Los colores que utilizamos en la impresión de la revista son diversos, ya que el porcentaje varía, por lo tanto la combinación del color también, además de que el proyecto se realizó con diversas capas por lo que cada una tiene colores distintos, como los filetes y recuadros utilizados para resaltar la información, además, de que separa y ordena la información, color en el relleno, aparte del color en la página también se utilizan colores en la tipografía, en los fondos, entre otros. Entre los colores que destacan se encuentran el naranja, verde, azul, morado y amarillo, para darle vida a la publicación, estos colores se presentan en diferentes variantes, ya que también se pueden dar ciertos efectos a los colores para que resalten y sean más llamativos, por ejemplo en las páginas de *Ecokids* se utilizan degradados, son colores que van de una tonalidad a otra ya sea más clara u oscura, para que la textura no se vea tan lisa, utilizando también varias capas, cada una con diferentes formas para darle profundidad.

FORMATO. El formato de la publicación será en tamaño carta, será interesante la forma de acomodo de los títulos y la información como las imágenes. El formato que se manejará en cada nota será horizontal, el formato de las revistas se refiere a como está compuesta, existe información que si será necesaria ingresar verticalmente así como la publicidad, se debe tomar encuenta que cada publicación puede sufrir diversos cambios, pues habrá ocasiones en que el cliente desee cierta información que pudiera patrocinar con ciertas características al igual que su publicidad. Se da a conocer el formato a través de ciertas características como lo son la portada, el nombre de la revista, el logotipo, número de publicación, que en nuestro caso es el número 1, mes de publicación se maneja la fecha en que saldrá a la venta, de acuerdo a la periodicidad, año de publicación, ciudad, país, publicidad, número de páginas, organización por secciones, tipo de artículos como editoriales, de opinión, entrevistas, etcétera.

Ecokids, consta de 40 páginas, incluyendo la portada y contraportada, ésta publicación se edita en el Estado de México, es una revista mensual. Consta de 10 tabloides, es decir, durante la impresión existen 2 espacios que serán plasmados en una hoja y al voltear dicha hoja se plasmaran otros 2 espacios, que al momento de encuadernar tomará el orden requerido para la revista y se puede decir que en una hoja caben 4 páginas.

Para la publicación se necesitará una muestra llamada *domi*, formada por 16 páginas que nos servirá para observar el diseño, el acomodo y colorido, dicha muestra se encuentra organizada de la siguiente manera:

Se inicia en la primer página con la editorial, créditos e índice y en la segunda página inicia la sección de ecología que son notas referentes al medio ambiente seguida de la tercera, cuarta y quinta página que también pertenecen a ecología, cuentan con división en cada una de las diferentes notas, se manejan títulos cortos en los cuales va implícito el contenido, en la página 6 y 7 se encuentran las reseñas de libros referentes a la ecología y a la ciencia, página 8 y 9 el reportaje principal, donde se le enseña al niño cuáles son las principales fuentes de destrucción de los bosques y como puede ayudar a evitar la tala de árboles, de manera que reflexiones y tenga bases para ayudar a su medio ambiente, en la página 10 elementos que le ayudan a su crecimiento como lo es una buena alimentación, página 11 un artículo de suma importancia ya que se les explica a los niños a través de una nota a practicar algún deporte o alguna actividad que les lleve al éxito a pesar de los problemas que pudieran tener como es una limitación física y que no es motivo para dejar de seguir adelante. En la página 12 la sección de espectáculos donde actores músicos entre otros además de dar a conocer sus proyectos laborales también se menciona la ayuda que dan a fundaciones, lo que permite que los pequeños conozcan lo que es la ayuda social e impulsarlos a colaborar en estas u ofrecer ayuda a alguien que lo necesite. En la página 13 conocen cuestiones científicas y culturales, lo mismo que en la página 15, en la página 14 se manejan elementos escolares y tips para saber donde pueden encontrar su tarea, finalmente en la página 16 encuentran un artículo que puede ser de tanto de terror como cultural, pues representa una leyenda de algún estado.

Dicha publicación maneja un margen de 215.9 X 279.4 mm, a todo color.

RITMO. Es la armonía entre imágenes, colores, tipografía.

Se debe evitar que texto e imágenes se vean amontonados, en una página que tenga publicidad pueden ir 3 o 4 notas, según el tamaño del texto, pero el objetivo es encontrar una forma que se logre una página agradable, es decir, armónica a la vista.

Se deben recurrir a recuadros para separar la información y resaltarla, también se pueden utilizar diferentes tipos de letra para distinguir artículos o comentarios de otra nota.

Regularmente las fotos pueden ir ya sea en la parte de arriba o a lado del texto, de manera que no se pierda con los demás y se identifique inmediatamente de otras, por lo que las ilustraciones de preferencia se dan en la parte superior de la página, esto para que se equilibren con los textos y fotografías que pueden estar en la parte inferior.

Se debe evitar que la información se corte, de preferencia en una sola página o si es extensa ocupar dos páginas pero una impar y otra par, por ejemplo si la información es en una sola hoja y es extensa se pueden utilizar *ladillos* que tendrán como objetivo evitar la monotonía del texto y hacerlo más interesante.

En las revistas deben utilizarse estos parámetros para que el orden en la página sea grato, que se vean espacios entre textos y fotos, separaciones con cuadros, con filetes, tipografía, existen elementos que ayudan a la uniformidad de la página y que el creativo debe utilizar.

Ecokids, maneja una textura de fondo que tiene cierto ritmo y movimiento, no es estático y combina transparencias que hacen más dinámico el diseño. La estructura tiene un ritmo que te lleva a leer toda la página, es decir, una *pregnancia* que es la fuerza que el diseño dicta a la vista, de esta forma se puede observar toda la página a un ritmo agradable y con distintas direcciones, además de la profundidad que mencionamos anteriormente a través de los fondos.

ILUSTRACIONES. Las ilustraciones hacen interesante al texto, ya que una imagen dice más que mil palabras, es la que da impacto junto con la primer línea de la nota y hará que el niño lea la nota o simplemente de vuelta a la página.

Dentro de las ilustraciones se encuentran las fotografías, dibujos, caricaturas, gráficos, cuadros y diagramas, todos estos elementos constituyen un complemento del texto, es una de las características que diferencia a unas de otras revistas. Este atractivo visual debe establecer ciertas normas como son: la *función* puede ser informativa, documental, entre otros, también se encuentra el *tamaño* y finalmente si es blanco y negro o a *color*.

Las ilustraciones utilizadas en *Ecokids* fueron desde gráficos hasta fotografías, teniendo relación con el texto, diseñadas en *Illustrator* y corregidas en *Photoshop*.

La práctica más usual, es colocar la fotografía a lado de la nota o en ocasiones por encima de este, otras veces puede colocarse dentro del mismo texto, la imagen debe tener una colocación estratégica para que miren el artículo, ya que, si la fotografía es colocada fuera los lectores se saldrán de la página y por lo tanto del artículo. Para que las imágenes se encuentren bien distribuidas pueden ir en la parte superior como en la inferior, esto lo decide el diseñador al igual que los tamaños de las mismas, se deben cuidar el manejo de las

fotografías de manera que no se vean tan chiquitas, que no se distingan las imágenes, pero tampoco demasiado grandes, ya que en muchas ocasiones las fotografías se ven pixeleadas, se debe apreciar una buena imagen nítida, sin tanto brillo y/o contraste.

DIAGRAMACION. También llamada maquetación, es la que define la organización o acomodo de los espacios y elementos como textos, fotografías e ilustraciones en una publicación. Es como un boceto que se puede hacer con siluetas o cuadros. La estructura que debe tener es la *Retícula*, podemos llamarle el esqueleto del diseño. De ésta se encarga el diseñador editorial, debe distribuir los elementos mencionados en cada una de las páginas de las publicaciones.

El diseñador deberá acomodar las notas junto con las fotografías de manera que exista un balance entre cada sección o tema, es quien hace el atractivo visual dándole espacios a cada texto.

Los elementos anteriormente mencionados como tipografía, ilustraciones, ritmo, formato son parte de la diagramación.

La publicación de *Ecokids* cuenta 40 páginas incluyendo portada y contraportada. En el *domi* manejamos únicamente 16 páginas más la portada y contraportada. Describiremos a continuación las familias tipográficas utilizadas al igual que el cuerpo para que sean más fácil identificarlas, se realizará por páginas. Todos los elementos visibles en una publicación son elementos que fueron utilizados en el proceso de diagramación como los textos, títulos, subtítulos, antetítulos, íter títulos, fotografías, caricaturas, viñetas, hilos, encabezados, pies, filetes, boxes, espacios para notas, espacio para publicidad, número de columnas, ilustraciones, colores, y tipología, estos últimos descritos anteriormente.

La revista *Ecokids* está basada en una diagramación a 2 columnas con márgenes superior de 4.8 picas, al igual que interior y exterior y con un margen inferior de 7.1 picas, con medianil de una pica, es decir de 12 puntos, 0.4 centímetros, campos horizontales de 5.75 cm, es decir, 13 p7, aunque van variando, por ejemplo en la imagen de abajo manejamos 4 campos de 9.4 picas y dos columnas de 12,4 picas cada una, posteriormente con las siguientes publicaciones se puede ir reduciendo el espacio o incrementando, por lo que las medidas cambiarán un poco.

Lo correcto es utilizar picas, sin embargo, estamos acostumbrados a utilizar centímetros por ello es complicado deslindarnos de éstos completamente.

Margen: superior, interior
y exterior es de 4.8 picas



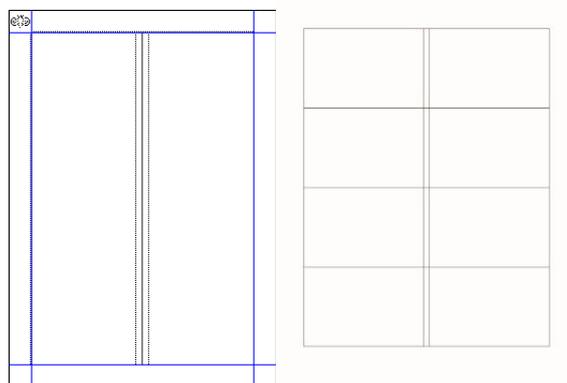
4 campos: 
9,4 picas c/u

2 columnas: 
12,4 picas c/u

Margen: inferior
es de 7.1 picas

Medianil: 1 pica

La siguiente imagen es una página de *Illustrator* a 2 columnas.



El proceso se inició en programas como *Illustrator*, *Indisign* y *Photoshop*, en éstos ya se encuentran las medidas de las columnas, lo único que se hace para agregar más espacios es la creación de campos, en *Photoshop* se trabajan fondos como fotografías. Lo primero que se realizó en Ecokids fueron los fondos en *Photoshop* donde se utilizó un pincel de 618 a 2500 pixeles, quedando de esta manera:



Es importante mencionar los colores utilizados en la publicación de Ecokids y para llevar un mejor control y entendimiento se maneja por página de acuerdo al domi, se abreviarán los colores y se menciona el porcentaje utilizado de cada uno. Incluyen también los colores del tipo de letra que se utiliza en la publicación.

Colores utilizados por páginas:

Portada. Slogan verde C-43, M-0, Y-72, K-0; recuadro de nota naranja C-50, M-100, Y-0, K-0; recuadro rojo C-0, M-59.22, Y-93.73, K-0; recuadro azul C-59.22, M-0, Y-36.88, K-0.

Página 1. Título morado C-65, M-96, Y-21, título verde C-11, M-0, Y-91, K-0; borde rojo C-0, M-94, Y-93, K-0; tipografía relleno amarillo C-9, M-0, Y-93, K-0; borde morado C-76, M-100, Y-6, K-2; relleno naranja C-0, M-70, Y-100, K-6; borde azul C-66, M-12, Y-0, K-0; Título negro C-0, M-0, Y-0, K-100; tipografía relleno morado C-50, M-100, Y-0, K-0, borde amarillo C-50, M-0, Y-100, K-0; relleno amarillo C-0, M-0, Y-100, K-0; Título azul C-100, M-0, Y-0, K-0; tipografía relleno verde C-83, M-0, Y-100, K-21, borde amarillo C-0, M-0, Y-100, K-0; tipografía amarillo C-0, M-0, Y-100, K-0; tipografía borde morado C-50, M-100, Y-0, K-0, relleno blanco; tipografía amarilla C-0, M-35, Y-85, K-0 y borde C-0, M-80, Y-95, K-0; título azul C-100, M-100, Y-0, K-0, rojo C-0, M-100, Y-100, K-0; tipografía borde rojo C-0, M-100, Y-100, K-0, relleno azul C-100, M-100, Y-0, K-0. Fondo verde C-66, M-0, Y-100, K-0 y textura C.0, M-0, Y-100; plasta morada C-50, M-100, Y-0, K-0.

Página 2. Degradado de anaranjado a verde, título morado C-65, M-96, Y-21, K-10; arrancada verde C-85, M-22, Y-100, K-9 y C-87; título sección verde C-87.05, M-36.47, Y-100, K-31.76; título verde C-11, M-0, Y-91, K-0; borde rojo C-0, M-94, Y-93, K-0; flecha C-0, M-91, Y-94, K-0; fondo base verde C-66, M-0, Y-100, K-0 y textura C.0, M-0, Y-100, K-0; símbolo verde bandera C-83, M-12, Y-88, K-0.78, verde pasto C-45, M-0, Y-100, K-0.

Página 3. Fondo base verde C-66, M-0, Y-100, K-0 y textura C.0, M-0, Y-100, K-0; plasta azul con degradado a morado; plasta recuadro morado C-59, M-87, Y-0, K-0; recuadro rosa, C-0, M-91, Y-42, K-0; tipografía relleno amarillo C-9, M-0, Y-93, K-0; borde morado C-76, M-100, Y-6, K-2; relleno naranja C-0, M-70, Y-100, K-6; borde azul C-66, M-12, Y-0, K-0; símbolo verde bandera C-83, M-12, Y-88, K-0.78, verde pasto C-45, M-0, Y-100, K-0.

Página 4. Fondo base verde C-66, M-0, Y-100, K-0 y textura C.0, M-0, Y-100, K-0; degradado de naranja a café, signo rojo C-0, M-100, Y-100, K-0; cuadro verde C-85, M-26, Y-100, K-7; símbolo verde bandera C-83, M-12, Y-88, K-0.78, verde pasto C-45, M-0, Y-100, K-0.

Página 5. Degradado de rosa a azul, fondo base naranja C-0, M-62, Y-94, K-0; textura amarillo C-0, M-0, Y-100, K-0; tipografía relleno morado C-50, M-100, Y-0, K-0, borde amarillo C-50, M-0, Y-100, K-0; relleno amarillo C-0, M-0, Y-100, K-0 y arrancada C-89, M-100, Y-36, K-26; símbolo verde bandera C-83, M-12, Y-88, K-0.78, verde pasto C-45, M-0, Y-100, K-0.

Página 6 y 7. Fondo base y textura azul, C-75, M-0, Y-0, K-0; recuadro lila, C-18, M-14, Y-2; relleno recuadro rosa C-5, M-35, Y-0, K-0; relleno recuadro gris C-20, M-0, Y-25, K-0; recuadro verde C-49, M-0, Y-95, K-0; recuadro amarillo C-8, M-0, Y-55, K-0; símbolo verde bandera C-83, M-12, Y-88, K-0.78, verde pasto C-45, M-0, Y-100, K-0.

Página 8 y 9. Fondo base verde C-66, M-0, Y-100, K-0 y textura C.0, M-0, Y-100; figura árbol hojas C-38, M-0, Y-100, K-13, figura árbol tronco C-83, M-12, Y-88, K-1; folio rojo C-0, M-100, Y-100, K-13; flecha verde bandera C-83, M-12, Y-88, K-0.78, flecha verde pasto C-45, M-0, Y-100, K-0; elipse verde C-51, M-0, Y-93, K-0; tipografía relleno verde C-83, M-0, Y-100, K-21, borde amarillo C-0, M-0, Y-100, K-0.

Página 10. Fondo base naranja C-0, M-62, Y-94, K-0; textura amarillo C-0, M-0, Y-100, K-0; tipografía relleno rojo C-0, M-100, Y-100, K-0; borde verde C-85, M-10, Y-100, K-10; tipografía amarillo C-0, M-0, Y-100, K-0; recuadro verde C-0, M-0, Y-32, K-0; plasta verde C-34, M-0, Y-97, K-0; símbolo verde bandera C-83, M-12, Y-88, K-0.78, verde pasto C-45, M-0, Y-100, K-0.

Página 11. Fondo base naranja C-0, M-62, Y-94, K-0; textura amarillo C-0, M-0, Y-100, K-0; tipografía borde morado C-50, M-100, Y-0, K-0, relleno blanco; plasta del recuadro morada C-22, M-36, Y-0, K-0, borde del recuadro C-76, M-100, Y-31- K-27 a 4 puntos; símbolo verde bandera C-83, M-12, Y-88, K-0.78, verde pasto C-45, M-0, Y-100, K-0.

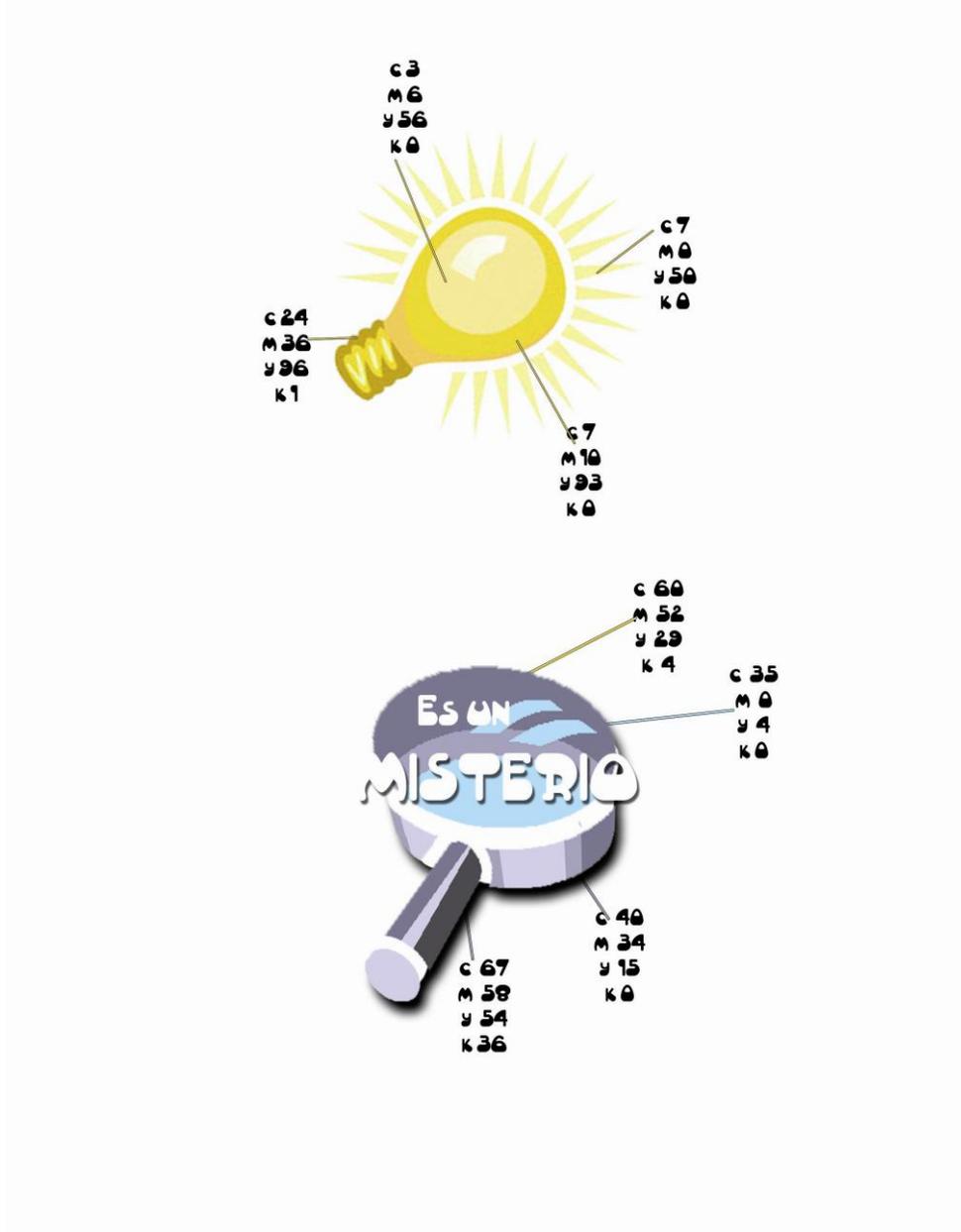
Página 12. Fondo y textura azul, se maneja una plasta y encima el color magenta C-5, M-87, Y-0, K-0 ; título borde magenta C-30, M-89, Y-0, K-19; figura amarilla borde verde C-26, M-0, Y-100, K-25 y relleno amarillo C-0, M-0, Y-100, K-0; tipografía amarilla C-0, M-35, Y-85, K-0 y borde C-0, M-80, Y-95, K-0; símbolo verde bandera C-83, M-12, Y-88, K-0.78, verde pasto C-45, M-0, Y-100, K-0.

Página 13. Fondo y textura azul, signo rojo C-0, M-100, Y-100, K-0; título azul C-100, M-100, Y-0, K-0, rojo C-0, M-100, Y-100, K-0; figura roja C-0, M-100, Y-100, K-0, borde amarillo C-0, M-0, Y-100, K-0; símbolo verde bandera C-83, M-12, Y-88, K-0.78, verde pasto C-45, M-0, Y-100, K-0, filete C-0, M-90, Y-100, K-9.

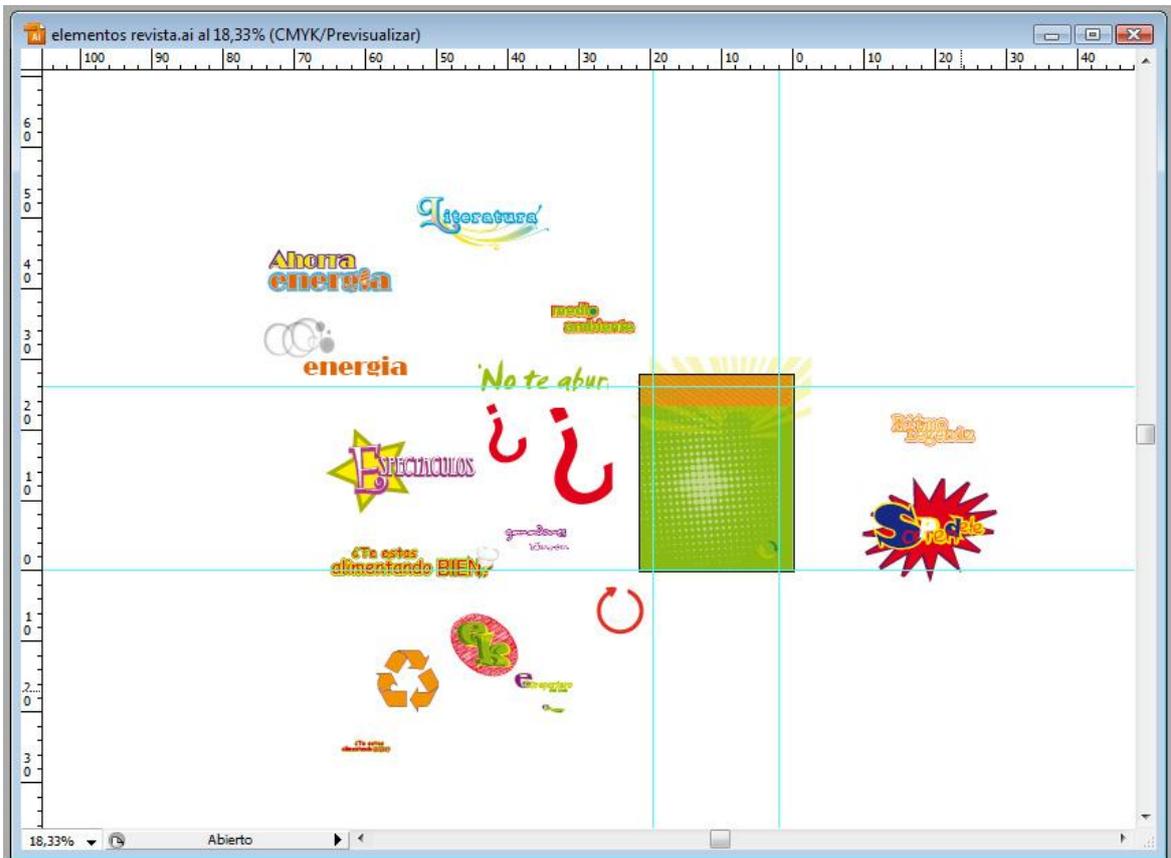
Página 14. Fondo naranja C-0, M-62, Y-94, K-0; textura amarillo C-0, M-0, Y-100, K-0; tipografía borde rojo C-0, M-100, Y-100, K-0, relleno azul C-100, M-100, Y-0, K-0; símbolo verde bandera C-83, M-12, Y-88, K-0.78, verde pasto C-45, M-0, Y-100, K-0, folio verde C-64, M-0, Y-100, K-0.

Página 15. Símbolo verde bandera C-83, M-12, Y-88, K-0.78, verde pasto C-45, M-0, Y-100, K-0, figura foco rosca C-24, M-36, Y-96, K-9, bombilla amarillo canario C-9, M-90, Y-93, K-0, C-3, M-6, Y-56, K-0, triángulos C-9, M-0, Y-50, K-0, tipografía C-81, M-0, Y-0, K-58 con un fondo degradado de amarillo a anaranjado.

Página 16. Símbolo verde bandera C-83, M-12, Y-88, K-0.78, verde pasto C-45, M-0, Y-100, K-0, lupa mango C-69, M-58, Y-54, K-36, sombra C-40, M-34, Y-95, K-0, azul C-35, M-0, Y-4, K-0, gris C-60, M-52, Y-29, K-4, título blanco.



Una vez que los fondos están, se realizan los títulos combinando colores y tipos de letras, hasta que se elija la adecuada, como podemos observar en la siguiente imagen que es una plantilla de *Illustrator* y poco a poco se van formando los títulos, para posteriormente irlos armando en *Indesign*, es decir, juntando imágenes con fondo.



Tipografía utilizada por páginas:

Portada. Compuesto por el logotipo que maneja las fuentes: Ravie Regular 146,84 pts y One Stroke Script Letplain 45,19 pts. Contiene los títulos: Salvemos nuestros bosques y selvas, formado por familias Snap ITC 55 pts. y 30,36 pts; Rincón de los ganadores, Inkburrow Regular 51,95 pts, las más pequeñas de 30,36 pts; ¿Te estás alimentando bien? Comic Sans MS Regular 49,55 pts, Franklin Gothic Book Regular 85,8 pts.; Ecoreporter del mes, Ravie

Regular 97,65 pts, One Stroke Script LET 45,19 pts y de 27, 54 pts; y Times New Roman 8,9.6 pts.

Página 1. Títulos familia tipográfica Bauhaus 93, Broadway BT Regular, Berlin Sans FB Regular, Ravie Regular, Bookman Old Style Regular, Snap ITC, Comic Sans MS Regular, Inkburrow Regular, Corlz MT Regular, Snap ITC,

Mia's Scribblings Regular, Sylfaen, Comic Sans 10,12 pts, créditos Century Gothic Regular y Bold de 8,9 pts.

Página 2. El Título de la sección utiliza una familia tipográfica Bauhaus 93 de 17,20.4 pts, para el título Berlín Sans FB 34,46 pts. y Myriad Pro Bold 64,14 pts; Dialtone capitular 4 líneas para la arrancada, que es la alineación en su parte superior con la primera línea de texto que ocupa más de 2 líneas hacia abajo; se maneja un body text con Century Gothic Regular 12,14.4 pts y 10,10 pts; Kristen ITC 18,21 pts en negritas y finalmente Times New Roman 30,36 pts. con una variante en negritas.

Página 3. Título, Broadway BT Regular 82,83 pts, sección Bauhaus 93 17,20.4 pts, subtítulo Annifont 20,24 pts y body text con Century Gothic Regular 12,14.4 pts.

Página 4. Sección Bauhaus 93 17,20.4 pts, body text con Century Gothic Regular 12,14.4 pts y títulos Berlin Sans FB Regular 20,24 pts, Smudger LET Plain 30,36 pts. y 55,66 pts.

Página 5. Body text con Century Gothic Regular 12,14.4 pts, título Ravie Regular 97,65 pts y One Stroke Script LET 45,19, Dialtone Regular para la arrancada 12, 14.4 pts.

Página 6 y página 7. Título Bookman Old Style Regular 61,61 pts, subtítulos Mia's Scribblings Regular 18,21.6 pts. y 22,26 pts, body text con Century Gothic Regular 12,14.4 pts.

Página 8 y 9. Título Snap ITC 59 pts, subtítulos Century Gothic 18.21 pts, Yoghi's store 17.20 pts, body text Century Gothic 12.14 pts.

Página 10. Título Comic Sans MS Regular 49,55 pts y Franklin Gothic Book Regular 85,8 pts, Dialtone 4 líneas arrancada de 12,14.4 pts, Body text Century Gothic Regular 12,14.4 pts natural y con variación en negritas 14,16.8 pts.

Página 11. Título Inkburrow Regular 51,95 pts y 30,36 pts, letra inicial Edwaidian Script ITC 4 líneas y body text Century Gothic Regular 12,14.4 pts.

Página 12. Título Corlz MT Regular 273,71 pts. y Eccentric Std Regular 95,25 pts. Subtítulos Another Typewrite Regular 72 pts. Body Text Century Gothic Regular 12,14.4 pts.

Página 13. Letra inicial del título Snap ITC 233,24 pts, título Mia's Scribblings Regular 83,5 pts y body text Century Gothic Regular 12,14.4 pts.

Página 14. Título Sylfaen 56 pts, 87 pts, 23 pts y 75 pts, Body Text Century Gothic Regular 12,14.4 pts.

Página 15. Body Text Century Gothic Regular 12,14.4 pts, título Algerian 120 pts.

Página 16. Body Text Century Gothic Regular 12,14.4 pts, título Altamente NT 20 pts, y 40 pts.

Contraportada. Copperplate Gothic Light 34,21 pts.

En la siguiente imagen podemos apreciar los elementos del color y tipografía ya unidos. Esta página pertenece a la publicación Ekokids.

YOSHI'S STORY 17/20

CENTURY GOTHIC 18/21

**C 51
M 0
Y 93
K 0**

SNAP IT 59 PTS

ARBOL HOJAS

**C 38
M 0
Y 100
K 13**

ARBOL TRONCO

**C 83
M 12
Y 88
K 1**

COLOR VERDE

**C 83
M 0
Y 100
K 21**

AMARILLO

**C 0
M 0
Y 100
K 0**

FOLIO ROJO

**C 0
M 100
Y 100
K 13**

CENTURY GOTHIC 12/14

AZUL
◁ 100 M100 Y 0 K 0
ROJO
◁ 0 M 100 Y 100 K 0
OUTLINE BLANCA DE 1 PT



TIPO: SYLFAEN
DALE: 56 PTS
VIDA: 87 PTS
ATU: 23 PTS
ESCUELA: 75 PTS

CENTURY GOTIC 12/14

10/12

FOLIO VERDE
◁ 64 M 0 Y 100 K 9

Se observan en las imágenes anteriores que las fotografías también se corrigen con el programa de *Photoshop*, lo usual es que las fotografías se encuentren en cuadros, sin embargo, da impresión de un mejor trabajo las fotografías cortadas para que el texto rodee la imagen.



Los objetivos de la diagramación son tener una buena funcionalidad para que la lectura sea legible y cómoda de los contenidos de las diversas publicaciones y la estética, darle una buena presentación, bella y equilibrada, de dichos contenidos.

La diagramación comprende la confección, compaginación y distribución. En la confección después de tener los elementos necesarios, ya para los textos se busca una tipografía adecuada que sea fácil de leer y atractiva, para que se puedan unir en el programa de *Indesign*.

En conjunto quedaría la página de esta manera:



La construcción de las páginas o confección deben animar al lector a recorrer cada página de la publicación. No hay ninguna regla general de determinar el porcentaje de la distribución de noticias como publicidad, aunque la mayoría de los editores consideran que las publicaciones deben llevar un 60% de publicidad y un 40% de información para tener éxito en el mercado.

Usualmente las páginas donde se encuentra mayor publicidad son en la primera de forros, segunda y tercera de forros. El diseñador debe analizar los espacios que se darán a la publicidad para iniciar con las notas informativas y saber que espacio se podrá utilizar en cada página asegurando un interés en el lector y mantener su atención.

Ecokids, manejará 5 espacios para publicidad más una página de anuncios clasificados con un espacio de por lo menos 10 anuncios, esto varía de acuerdo al cliente, se manejará por palabra, sin embargo, existen clientes que desean su logotipo y de acuerdo al arreglo que se llegue con el anunciante el espacio podrá incrementar si lo desea, en el *domi* manejamos únicamente 3 anuncios, lo que permitirá que hojas completas sean de especial información.

El espacio permitirá que las noticias destaquen y que el lector se sienta atraído hacia la página, no se deben amontonar notas como publicidad, se debe distribuir en toda la página. Existen reglas de publicidad ya que tienen un contrato para conceder a algunos anunciantes lugares preferentes y son espacios que deben ser respetados, ni pasarse ni reducirlos, pero si el cliente desea más pues el costo será mayor por la preferencia y el personalizado.

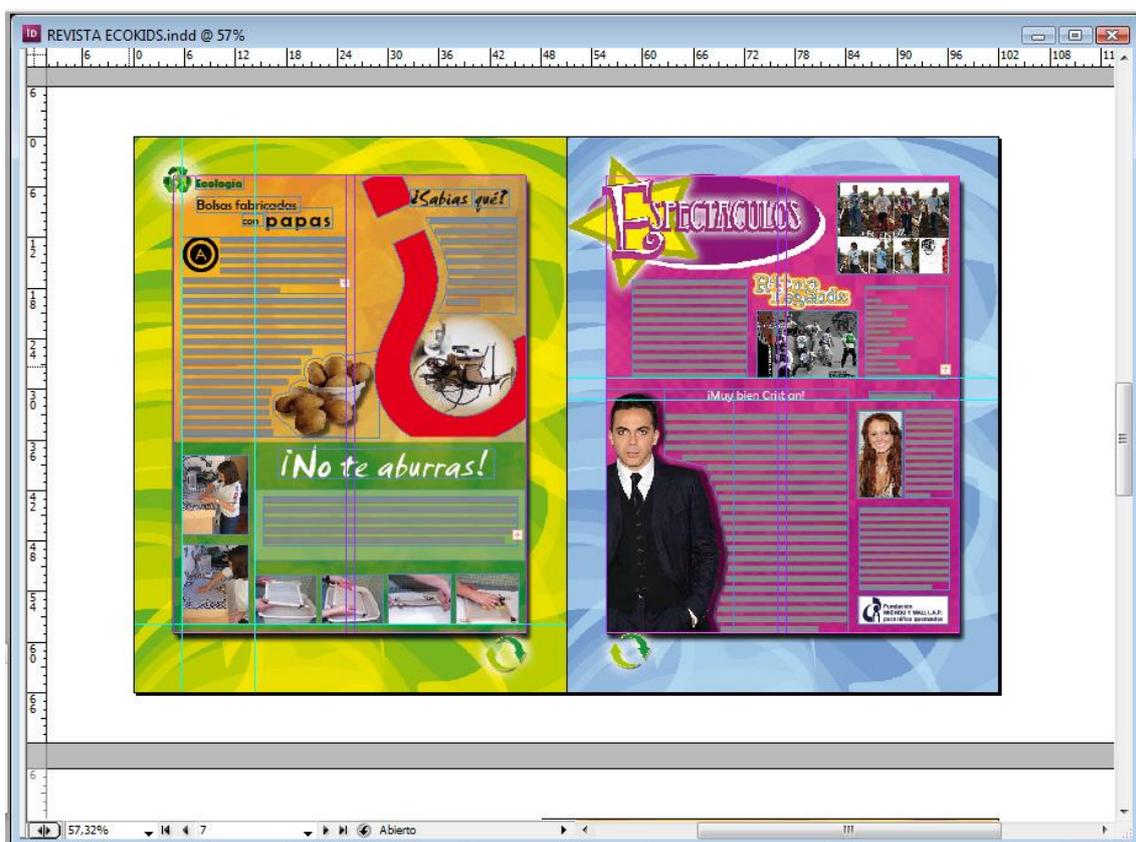
La *confección* se define como el cálculo concreto y la distribución exacta de cada una de las notas y artículos en una revista, la operación de la *compaginación* es la distribución armónica dentro de la página de los elementos de redacción, ilustración y publicitario y la *distribución* se refiere a la división ordena por secciones de las páginas de una publicación, esta indica la orientación de la publicación de acuerdo a los espacios designados de cada sección y con el orden concreto. En *Ecokids* se inicia con el orden de las notas ecológicas, posteriormente artículos de altruismo, finalizando con cuestiones culturales, todas son importantes sin embargo se inicia con el tema primordial de la publicación.

En la diagramación existen dos tipos de estructuras que son: la externa e interna.

En la estructura externa, se manejaron elementos que son el *formato* de la revista, que recordemos es una publicación tamaño carta, *número de columnas*: elaborada a dos columnas y una medianil de 12 picas, *color, tipo de papel*, existen diversidad de tipos de papel, es necesario saber que tipo de trabajo se desea, ya que encontramos extradelgados a gruesos, esto se maneja como *gramaje*, entre mayor sea más grueso, también se debe tomar en

cuenta la textura ya que hay lisos, corrugados, entre otros. *Ecokids*, maneja papel couché, ya que se piensa en la impresión, será brillante para que los colores se puedan apreciar, con páginas interiores de 90 a 120, también se puede utilizar opalina, la portada será de 250 a 300 gramos para que sea diferente a los interiores y sea más gruesa, otro elemento que lo compone son los *sistemas de impresión* que se definen más adelante como la serigrafía, offset, litografía, el más adecuado para las publicaciones son *offset* debido al tiraje que se maneja, en *Ecokids* la impresión es digital y será una impresión tabloide frente y vuelta, en caso de requerir mayor tiraje será necesario *offset* pues los costos son menores y es la forma más rápida de sacar las impresiones.

Los elementos internos son: la *distribución de las secciones, organización y tipología de la página, uso del material gráfico* como son dibujos, caricaturas, gráficos, cuadros, diagramas, ilustraciones, fotografías y *edición de páginas especiales* como publicación de ciertos suplementos. La distribución de la información es horizontal en esta publicación, en algún momento será necesario verticalmente debido al espacio. Se decidió distribuir textos como las notas y fotografías así como todo el material gráfico en la siguiente imagen que es una página de *Ecokids*. Observa que se respetan espacios y que no se ven amontonados, existe un balance.



Si observamos la imagen, también podemos ubicar la denominada pauta se refiere a las reglas que vamos a utilizar para hacer la revista, se utiliza una página muestra donde los márgenes ya se encuentran establecidos, son patrones que van determinando las columnas y únicamente se agregan más secciones llamadas campos, de esta manera se respetan los espacios entre fotos, artículos, títulos, esto lo determina el diseñador para darle una vista agradable y la cuadrícula, son líneas de apoyo o reglas para poder trabajar en un espacio gráficos como texto, en las cuadrículas se encuentran los espacios establecidos, únicamente es cuestión de seleccionar un espacio y nos dará un campo. Programas como *Photoshop* o *Illustrator* ya tienen márgenes predeterminados, sin embargo, se pueden cambiar.

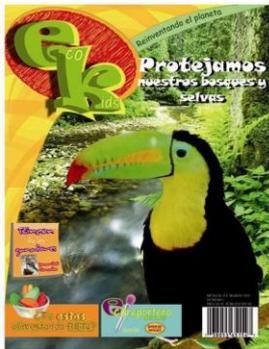
La realización de una revista consta de 3 pasos: diagramación, maquetación y confección:

- Diagramación, es el orden de los elementos de nuestras páginas, indicando cuerpo, es decir tamaño de los titulares y textos, familias tipográficas, tamaño de material gráfico, colores, etcétera. Es el contenido de la página.

- La maquetación también se asocia a la disposición de cada uno de los artículos y elementos gráficos de la página, es en sí la estructuración de las páginas, por ejemplo se decidió estructura en *Ecokids* la primer página para editorial, seguida de las páginas de ecología, que se encuentran en las páginas 2,3,4 y 5, en la página 6 y 7 está la sección de literatura que son reseñas de libros enfocadas a la ecología, en la página 8 y 9 un reportaje de ecológico para salvar bosques y selvas que también son de ecología, entonces se coloca la siguiente página que informa a los niños como es una buena alimentación seguida de la página 11 que da paso a personas con éxito y que ayudan a fundaciones, para saber si efectivamente la estructura era la correcta se hizo una maqueta que es la simulación de la revista acomodando las páginas para posteriormente realizar la impresión, a esto se le llama paginación, darle números o foliación a las páginas de la publicación. esta maquetación puede cambiar día a día ya sea porque se incrementan secciones o porque se cortan, o sale algún especial y se siguen respetando los elementos del diseño los que se encuentran en la diagramación.

- La confección, es el montaje del material gráfico o ajuste que se realiza sobre la página de acuerdo a bocetos previamente realizados, la confección la podemos definir como *reducción de material* en una sola página. También entra la compaginación, que es el acomodo de las páginas pero ya en una plana de revista.

Se diseña en *Photoshop* y en *Illustrator* cada elemento, se confecciona en *Indesign* cada página y se maqueta en *Indesign*, que es el armado pero ya de todas las páginas, para la realización de la publicación. La siguiente imagen muestra el orden correcto para mandar a impresión el *domi*.



CONTENIDO EDITORIAL

Ecokids como revista infantil maneja información ecológica, que ayuda a los niños a cuidar su medio ambiente y a conocerlo.

Esta publicación pretende hacer especial énfasis en los reportajes ya que de ahí se desprende la mayoría de la información que les interesa a los chicos. No dejaremos de lado los demás géneros periodísticos ya que creemos importante el manejo de todos ellos para que nuestra publicación sea de lo más completa en cuanto a material periodístico se refiere por lo que contará con una columna, editorial y pequeñas notas que nos ayudarán a conocer diversos temas de manera breve, al igual que entrevistas.

El contenido principal en una publicación son elementos como:

-Índice o también conocido como sumario.

Es el resumen de la información que se encuentra dentro de la publicación. Indica la página en la que podemos ver la información que existe dentro de la revista de manera que sea de fácil acceso. Aquí aparecen todas las notas, reportajes, entrevistas, o cualquier tipo de contenido que podamos encontrar en la revista.

-Noticia o nota informativa.

Es el género fundamental del periodismo, el que nutre a todos los demás, y cuyo propósito único es dar a conocer los hechos de interés colectivo. La noticia o nota informativa es el menos subjetivo de los géneros.

-Entrevista.

Se llama así a la conversación con propósitos de difusión que sostiene un periodista y un entrevistado, un periodista y varios entrevistados, o entre varios periodistas y uno o más entrevistados. A través del diálogo se recogen noticias, datos, opiniones, comentarios, interpretaciones, juicios de interés social.

La información periodística de la entrevista se produce en las respuestas del entrevistado y sólo por excepción en las preguntas del periodista que, sin embargo, sirven para obtenerlo periodístico.

-Crónica.

Es la narración temporal de un acontecimiento, con frecuencia en el orden en que éste se desarrolló. Se caracteriza por transmitir, además de información, las impresiones del cronista. Más que retratar la realidad, este género crea atmósfera en que se produce un determinado hecho y cómo se desarrolló.

-Reportaje.

Es el más vasto de los géneros periodísticos. En él caben todos los demás. Es un género complejo que suele contener noticias, entrevistas o crónicas.

-Columna.

La columna trata con brevedad uno o varios asuntos de interés y tiene como característica especial aparecer con una fisonomía, una presentación tipográfica constante y tiene, además, un nombre invariable.

-Artículo.

Es el género subjetivo clásico; el periodista expone sus opiniones y juicios sobre las noticias más importantes del momento o los temas de interés general.

-Editorial.

Es el análisis de los hechos más sobresalientes del día, en el caso de los diarios, o de la semana, la quincena y el mes, en el de las revistas. La característica esencial es que este género resume la posición doctrinaria o política de las empresas periodísticas frente a los hechos de interés colectivo.

A diferencia de los demás géneros, el editorial no aparece firmado. Sus conceptos son responsabilidad de la institución, que así expresa sus convicciones ideológicas y su posición política.

Es la opinión de la dirección, de la publicación o de un medio de comunicación que dará paso a lo que sucederá dentro de la publicación o dentro de algún tema en específico. Existen 5 tipos de editoriales, como el explicativo, de tesis u opinión, informativo, interpretativo y de acción y convencimiento.

-Reseñas.

La reseña es el género periodístico derivado de los géneros de opinión, en ésta se da un breve resumen de algún libro, ensayo, película, obra, entre otros. Esta puede dar una crítica ya sea positiva o negativa del mismo tema, además lleva consigo una ficha técnica.

-Propaganda y publicidad.

Es el espacio que se otorga dentro de las publicaciones a empresas para que den a conocer sus productos con el objetivo de que sean parte de nuestro financiamiento.

En *Ecokids* el contenido que se manejará será:

-Índice.

Como en toda publicación, siempre es importante saber lo que encontraremos dentro de la revista. Nos informa la página donde podemos encontrar los artículos para una búsqueda rápida.

-Editorial

En la editorial pretendemos dar una breve introducción al contenido mensual, así como verter parte de la opinión de los colaboradores en cuanto al ambiente cultural a los problemas que aquejan a la ecología y hacer mención de alguna manera del objetivo, misión, visión y valores que pretendemos fomentar.

-Columna. Rincón de ganadores

Dedicada a los chicos con capacidades diferentes pero con actividades excepcionales para promover en los niños la superación personal y la aceptación.

-Reportaje

Es la columna vertebral de *Ecokids* ya que la mayoría de la información se dará por medio de este género. Tanto así que nuestra nota principal será invariablemente un reportaje y como toque adicional será dedicado exclusivamente a la ecología y el cuidado del medio ambiente.

-Notas informativas

Las notas informativas serán repartidas a lo largo de la revista donde informaremos a los niños de temas relevantes como, problemas ecológicos, eventos culturales, deportivos donde ellos sean los principales actores.

-Reseñas de libros.

La lectura es un tema básico, por lo que se decidió dar una reseña literaria acerca de las publicaciones relacionados con la ecología, la ciencia, entre otros.

-Artículos.

La opinión del reportero y el niño son importantes por lo que en la revista se manejan artículos para los niños y creados también por ellos.

En resumen la publicación maneja 23 secciones fijas con todos los géneros periodísticos, aunque en ocasiones aparecerán secciones especiales de acuerdo al mes en que vaya a salir la publicación, como hemos mencionado consta de 40 páginas, 5 espacios para publicidad bien definidos, tomando en cuenta que pueden incrementar. La publicación *Ecokids*, está integrada de la siguiente manera:

CONTENIDO	DESCRIPCIÓN	ESPACIO REQUERIDO
PORTADA	PRIMERAS PLANAS	1
SEGUNDA DE FORROS	ANUNCIANTE	1
EDITORIAL, ÍNDICE Y CRÉDITOS	INTRODUCCIÓN	1
ECOLOGÍA	3 NOTAS ECOLÓGICAS	3
ECOREPORTERO	1 NOTA ECOLÓGICA REALIZADA POR NIÑOS	1
LITERATURA	4 RESEÑAS DE LIBROS	2
REPORTAJE PRINCIPAL	REPORTAJE ECOLÓGICO	2
SALUD	ARTÍCULO DE NUTRICIÓN	1 Y MEDIA
PUBLICIDAD	ANUNCIOS	½
RINCÓN DE LOS GANADORES	NOTA DE UNA PERSONA CON CAPACIDADES DIFERENTE DESTACADA EN ALGÚN DEPORTE	1
ESPECTÁCULOS	3 NOTAS CON FINES ALTRUISTAS	1
CINE	4 RESEÑAS 1 TRIVIA	2
DALE VIDA A TU ESCUELA	CONSEJOS ESCOLARES	1
ARTE ESPACIO	MANUALIDADES	1
PÓSTER	PERSONAJE ACTUAL	2
TEST	PRUEBA	2
SORPRÉNDETE	DATOS CURIOSOS	1
ILÚSTRATE	DATOS CIENTÍFICOS	1
ES UN MISTERIO	LEYENDA	1
DEPORTES	HISTORIA DE UN DEPORTE	1
ASÍ ERAN	ESPECIES EXTINTAS	1
CUIDADO ANIMAL	ESPECIES EN PELIGRO DE EXTINCIÓN	1
VIDEOJUEGOS	ÚLTIMAS NOTICIAS	1
PUBLICIDAD	ANUNCIANTE	1
TECNOLOGÍA	ÚLTIMAS NOTICIAS	1
CARTELERA	EVENTOS	1
BUZÓN	PREGUNTAS Y DUDAS	2
ACERTIJOS	HABILIDAD MENTAL	2
CLASIFICADOS	SERVICIOS	1
TERCERA DE FORROS	ANUNCIOS	1
CONTRAPORTADA	PUBLICIDAD	1

RECURSOS ECONÓMICOS

Toda empresa necesita cierto efectivo, lo que se tiene como disponible para pagos diarios, urgentes, etc. Pero, sobre todo, la empresa posee, como representativo del valor de todos los bienes mencionados, un “capital”, constituido por valores, acciones, obligaciones, etc.⁶⁵

Son los elementos monetarios propios y ajenos con que cuenta una empresa, indispensables para la ejecución de sus decisiones.

Entre los recursos financieros propios se pueden citar:

1. Dinero en efectivo
2. Aportaciones de los socios (acciones).
3. Utilidades.

Los recursos financieros ajenos son representados a través de préstamos de acreedores y proveedores créditos bancarios o privados emisión de valores.

MECANISMO DE FINANCIAMIENTO

Para que el proyecto de la revista sea posible necesitamos recursos para financiarla, pretendemos que sea conformada como empresa por lo que hemos investigado diversos mecanismos de financiamiento.

Por otro lado seguimos en la búsqueda de un socio capitalista, pero esto será después de que el primer número de Ekokids sea presentado.

El crédito bancario es una de las posibilidades que tenemos en mente para que la empresa sea apoyada económicamente.

Financiación clásica: Se realiza de forma exclusiva dentro del circuito bancario.

⁶⁵ Reyes Ponce Agustín, *Administración moderna*, Ed. Limusa, México DF, 2010, págs. 101.

Descuento comercial. También llamado descuento de papel. El banco adquiere la factura de los clientes y asume el riesgo de cobro o no (con o sin recurso). El descuento comercial supone el anticipo del importe - deducidos intereses, comisiones y gastos - de los efectos comerciales. El cliente propone al banco que le abra una " línea o clasificación" para ese descuento. En caso favorable, el cliente envía la remesa de efectos hasta el importe máximo aceptado por el banco y a la medida que vayan venciendo las letras descontadas podrá enviar nuevas remesas.

Crédito. Se concede o apertura un límite que puede estar dispuesto o no. El banco deposita en una cuenta a nombre del cliente el capital del crédito para que éste pueda disponer del mismo según sus necesidades. El cliente podrá ir realizando reintegros y también aportaciones con lo que reducirá el importe adeudado. El banco cobra, por lo general, una comisión de apertura y otra de no disponibilidad, a parte del tipo de interés, que se aplicará sobre el capital dispuesto. Lo normal es que se realicen liquidaciones trimestrales en función del saldo medio utilizado.

Préstamo. Lo normal es que esté dispuesto desde el principio. Lo conocemos bajo distintas modalidades: a interés fijo, a tipo de interés variable, personal, al consumo, hipotecario. Nos cobrarán una comisión de apertura y un tipo de interés sobre la totalidad del préstamo. La amortización se realizará al final o por cuotas periódicas que incluyen una parte de capital y otra de intereses.

Financiación interbancaria.

Las entidades crediticias se prestan dinero entre ellas. El mercado interbancario lo podemos definir como aquel en el que las instituciones bancarias, directamente o a través de intermediarios financieros privados, se ceden depósitos a un día o plazos superiores. Por tanto, para que funcione es preciso que haya unas entidades con excedentes prestables y otras con déficit. Nuestra siguiente opción es pedir apoyo al gobierno, siendo un apoyo a las Pymes. El gobierno en este momento tiene programas de financiamiento para los pequeños empresarios

El Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FONDO PYME) es un instrumento que busca apoyar a las empresas en particular a las de menor tamaño y a los emprendedores con el propósito de promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Para que nos sea otorgado dicho financiamiento es necesario pasar por siete etapas que son:

Etapas 1: Validación de la documentación jurídica de los Organismos Intermedios.

Etapa 2: Recepción de las Cédulas de Apoyo del FONDO PyME y de la documentación soporte del proyecto por parte de las Ventanillas de recepción estatales y de la Ventanilla SPyME.

Etapa 3: Evaluación de los proyectos presentados a través de las Cédulas de Apoyo del FONDO PyME.

Etapa 4: Resolución (aprobación o rechazo) de los proyectos por el Consejo Directivo del FONDO PyME.

Etapa 5: Suscripción de los instrumentos jurídicos para el otorgamiento de los apoyos del FONDO PyME.

Etapa 6: Otorgamiento de los apoyos del FONDO PyME.

Etapa 7: Supervisión, verificación y seguimiento de los proyectos apoyados por el FONDO PyME.

PUBLICIDAD.

La publicidad es fundamental para el buen funcionamiento de la revista, hemos decidido ofrecer nuestro producto de entrada como una prueba gratuita, y la mayoría de los anuncios que tendremos en ella serán de carácter informativo, es decir, convocatorias, cursos gratuitos, y nuestro anunciante meta será el gobierno, para promover campañas de ecología para toda la familia.

Pretendemos que este sea el comienzo, por lo que también se ha hecho la investigación de la publicidad que manejan las revistas para niños.

Los espacios importantes en una revista son la portada, donde tradicionalmente no se usa y si alguna empresa quisiera dar a conocer su producto sería muy elevado el costo.

La publicidad se maneja también dentro de los forros, es decir la cuarta de forro o contraportada, es la plana más importante por estar tan expuesta se vende completa y está impresa a todo color; después de esta la publicidad recae en el lomo de las revistas voluminosas; las páginas interiores de los forros se distinguen al abrir la revista como la segunda de forros donde puede ir acompañada del directorio de la revista y/o índice; la tercera de forros es muy solicitada ya que el lector muchas veces hojea la revista de atrás hacia delante y sea el primer anuncio publicitario que se observe antes que los asunciones interiores. La solapa es muy original, ya que algunas revistas cortan el papel de los forros para que exista una prolongación lateral de 5 cm quedando doblada hacia adentro y esta sea fácilmente vista como recordada ya que esta se verá en muchas ocasiones. El inserto, regularmente la publicidad es relacionada con la especialidad de la revista, regularmente va punteada como si fuera un cupón; las páginas centrales, quien coloca publicidad en éstas páginas es mucho más cara que las interiores ya que muchas veces la revista debido al peso del papel se abre por si sola y queda descubierto las páginas centrales, finalmente las páginas pares e impares se utiliza al igual que los periódicos tienen un mayor valor que las pares; algunos colocan publicidad al finalizar las columnas, puede ser de la mitad inferior de la columna o en la primer columna dándole una posición horizontal, un octavo, un cuarto de plana, etcétera. Otras

revistas suelen tener solamente volantes de las empresas y las intercalan entre las hojas, otras las utilizan como pie de páginas, en la parte superior de la revista, entre otras.

-ECOKIDS PUBLICIDAD

UBICACIÓN	COSTOS
Portada	\$7,700.00
2 ^a , 3 ^a de forros	\$4,000.00
4 ^a de forros	\$6,500.00

COLOR EN INTERIORES	CUATRO TINTAS TODO COLOR
1 Página	\$3,950.00
½ Página	\$1,950.00
¼ de página	\$950.00
1/8 de página	\$600.00
1/16 de página	\$400.00

-BARBIE

UBICACIÓN	COSTOS
2 ^a , 3 ^a de forros	\$69,100.00
4 ^a de forros	\$74,200.00

COLOR EN INTERIORES	CUATRO TINTAS TODO COLOR
1 Página	\$54,800.00
½ Página	\$34,100.00
¼ de página	\$19,400.00

Recargos

Posición especial 20%

Tarifa por compra combinada

Tamaño de página: 26.5 cms. de alto x 19.5 cms. de ancho, página rebasada 28.5 x 21.5 cms, revista refinada 27.5 x 20.5 cms.

Tiraje: 75,000 ejemplares.

Costo \$ 23.00

-BARNEY

UBICACIÓN	COSTOS
2ª, 3ª de forros	\$69,100.00
4ª de forros	\$74,200.00

COLOR EN INTERIORES	CUATRO TINTAS TODO COLOR
1 Página	\$54,800.00
½ Página	\$34,100.00
¼ de página	\$19,400.00

Posición especial 20%

Tamaño de página: 26.5 cms. de alto x 19.5 cms. de ancho, página rebasada 28.5 x 21.5 cms, revista refinada 27.5 x 20.5 cms.

Tiraje: 75.000 publicaciones.

Precio por ejemplar \$ 22.00

-BBMUNDO

COLOR EN INTERIORES	
1 Página	\$88,200.00
½ Página	\$55,125.00

Revista con una periodicidad mensual, cuenta con 11 Ediciones al año, fue fundada en Abril del 2005.

Tiraje: 86.000 ejemplares.

Precio por ejemplar \$ 35.00

-BIG BANG

UBICACIÓN	COSTOS
2ª y 3ª de forros	\$ 54.078.00 \$ 60.032.00
4ª de forros	\$ 58.763.00 \$ 65.213.00

COLOR EN INTERIORES	CUATRO TINTAS TODO COLOR
1 Página	\$47.022.00 \$ 52,204.00
1/3 de Página	\$\$\$30,337.00 \$ 33,680.00
¼ de página	\$19,400.00

Entrada adicional color estándar: 25% de recargo

Posición especial 30%

Tamaño de página: 26.5 cms. de alto x 19.3 cms. de ancho, número de columnas 3 de 6 cms, página rebasada 28.5 x 21.3 cms, revista refinada 27 5 x 20.3 Cms.

Impresa en Offset

20,000 Ejemplares.

Precio ejemplar \$ 25.00

-CARTOON NETWORK

UBICACIÓN	COSTOS
2 ^a , 3 ^a de forros	\$69,100.00
4 ^a de forros	\$74,200.00

COLOR EN INTERIORES	CUATRO TINTAS TODO COLOR
1 Página	\$54,800.00
½ Página	\$34,100.00
¼ de página	\$19,400.00

Tamaño de página: 26.5 cms. de alto x 19.5 cms. de ancho, página rebasada 28.5 x 21.5 cm, revista refinada 27.5 x 20.5 cms.

Tiraje de 75,000 Ejemplares.

Precio ejemplar \$ 22.00

PATROCINIO

Nuestros patrocinadores.

Principalmente sería la UNAM, que es nuestra casa de estudios y quien aprueba, sí como un proyecto de tesis a *Ecokids*, pero también es quien confía plenamente en que los proyectos de sus alumnos serán proyectos de calidad y que son publicaciones únicas y que son promotoras del saber y la cultura.

Posteriormente, se debe buscar alguna institución encargada de llevar los gastos para la salida de la publicación, empresas o personas que tengan como objetivo cuidar al medio ambiente, puede ser la Secretaría del Medio Ambiente, algún museo, parque ecológico, entre otras que favorezcan a *Ecokids*.

AUTOFINANCIAMIENTO

Hemos descartado el autofinanciamiento, ya que nuestros recursos no son suficientes para la magnitud que se pretende con dicho proyecto.

En cuanto al capital inicial hemos destinado un aproximado de \$3000.00 pesos, sin embargo esto cubre únicamente el diseño e impresión de muestras

para ver la calidad del papel, observar si es realmente el que se desea, analizar espacios, color, información, verificar errores en los textos, fotografías.

En el autofinanciamiento también se necesita recurso para los traslados, pago de personal, porque al final una publicación es una empresa que debe cubrir ciertos gastos, por lo que es necesario buscar patrocinadores como clientes que se anuncien en la publicación y de ahí obtener el dinero suficiente para mantener la publicación.

PRESUPUESTOS. Es la estimación de gastos relativos al diseño e impresión de la publicación *Ecokids*. La selección de lugares para poder realizar la maquetación de la revista como también las empresas que puedan comprar las páginas para anunciarse, enseguida se elige la que convenga más, la que ofrezca mejores servicios y que el propósito tenga relación entre publicación-empresa, que el beneficio recibido sea el que tenga mayor utilidad según el dinero invertido. Se debe tomar en cuenta también el conocimiento que la empresa tiene así como coincidir con el objetivo de la empresa que se quiere utilizar como intermediario o simplemente el conocimiento suficiente para crear un buen proyecto, pues en las manos de la empresa estará la originalidad de la diagramación e impresión de la publicación.

PAPEL Y ENCUADERNACION. Existen diversos tipos de papel, sin embargo el papel que *Ecokids* utilizará será el papel coché ya que el acabado que se muestra es elegante, es el más utilizado para las publicaciones impresas. La encuadernación será cosida, es decir, las hojas son engrapadas.

Es necesario realizar una buena selección del papel ya que este es un factor importante, la textura y el color puede afectar al resultado de una impresión. Se utilizará papel *couché* con un gramaje de 90 a 120 gr. en páginas interiores y en la portada se utilizará de 250 a 300 grs.

El costo para la revista de *Ecokids* de 15,000 ejemplares en papel bond o *couché*, tiene como opción la empresa LOCI imagen, será de \$7700.00 por los negativos en tamaño carta, por 40 hojas, el costo se da por los 4 lados, si se quiere el diseño será aparte, se manejará un costo de \$500.00 pesos por el logotipo y será en impresión OFFSET con un encuadernado engrapado, ya que no maneja otro tipo de impresiones, como la digital que sería una opción para que el costo sea menor y no se tenga que realizar por tiraje, ya que únicamente requeriremos unas cuantas publicaciones para muestra.

La encuadernación es la forma de unir los cuadernillos y agregarles una tapa, existen diferentes tipos de encuadernación para revista:

- Alambre, es un proceso formado como cuadernillo y tiene cubierta flexible, es la forma más barata de encuadernar una revista. Se cubre el cuadernillo con una cartulina doble cosido por el lomo, normalmente se utiliza para encuadernar publicaciones como catálogos, manuales, comics, revistas.
- Pegado Hotmelt, regularmente este tipo de encuadernación dura muy poco ya que las páginas se pegan al lomo, es económico, sin embargo con el tiempo las páginas se despegan.
- Costura hilo y pegado Hotmelt, estos tienen una larga duración ya que se usan hojas de hasta 150 gramos con pliegos de hasta 8 páginas, es más caro por la costura.
- Encabalgada, los pliegos son doblados y se insertan uno dentro del otro y se grapa o cose el lomo, es utilizado frecuentemente para publicaciones de poco grosor.
- Francesa o grapado lateral, los lomos pueden tener un centímetro de espesor, se colocan broches sobre las hojas, paralelos al lomo quedando ocultos por las tapas que se pegan.

EDICION

REVISIÓN Y CORRECCIÓN DE CONTENIDO. De este proceso se encuentran a cargo los correctores de estilo, deben verificar que los textos estén bien escritos, títulos, ortografía, puntuación, abreviaturas, que la información sea la adecuada, el corrector también se encargará de perfeccionar la información utilizando signos de corrección tipográfica ya conocidos para este trabajo editorial, sin afectar el estilo literario. Aquí también, debe observarse la revisión de fotografías que correspondan con las notas, pues puede existir la posibilidad de que se hayan intercalado o colocado fotografías que no se habían tomado en cuenta.

ORIGINALES Y PRUEBAS. Al publicarse una revista o cualquier otro producto siempre se corre el riesgo de que las copias no sean buenas, o las ilustraciones de las revistas no son claras, que las fotografías se vean pixeleadas, etcétera.

Se trata de hacer copias del original pero sin que existan diferencias, esto lo podemos ver a simple vista en la impresión, se trata de entregar al público un producto de buena calidad.

Primero se hacen los negativos hasta obtener el mejor, el idéntico al original, enseguida se pasará al negativo en la plancha, se eligen puntos que se van a reproducir de manera que al observarse sean idénticos entonces se procede a la reproducción total. Se debe tomar en cuenta que lo importante para obtener una buena reproducción será la calidad de la tinta, el color y la acidez del agua.

Las pruebas se hacen para mejorar la impresión, para corregir los errores, ya sea por correctores o por impresión. A estas pruebas se les conoce con el nombre de *galeradas* o simplemente como primeras pruebas, si existe una segunda prueba se llamarán pruebas paginadas.

Existen tres tipos de signos de corrección ortotipográfica:

- Llamadas, son los trazos de diversas direcciones y formas con los que se indican en la prueba impresa el lugar donde existe el error, el signo se lo da el signo o señal que se coloca al lado derecho cuando se repiten en el margen.
- Signos, estos indican operaciones que se deben realizar en el lugar señalado del texto.
- Señales, se indican directamente sobre el texto.

Algunos signos son:

símbolo	explicación	ejemplos
	El texto marcado debe ir en caja baja (minúsculas).	Nací un L unes, 3 de E nero. cb Nací un lunes, 3 de enero.
	El texto subrayado triple debe componerse en caja alta (mayúsculas o versales).	Ahora vivo en pleno centro de m adrid. Ahora vivo en pleno centro de M adrid.
	Cambiar el orden de las palabras.	Ya vivo no en Madrid. Ya no vivo en Madrid.
	El texto subrayado debe componerse en negrita.	En ese caso, hablamos de fenotipo . En ese caso, hablamos de fenotipo .
	Consultar original o autor.	Pasamos tres días en Lyon , la bella ciudad italiana . ??
	Juntar líneas.	Existen otros tipos de relaciones interespecíficas. <u>Existen otros tipos de relaciones interespecíficas.</u> Existen otros tipos de relaciones interespecíficas.
	Separar líneas.	Existen otros tipos de relaciones interespecíficas. Existen otros tipos de relaciones interespecíficas. Existen otros tipos de relaciones interespecíficas.
	El texto subrayado simple debe componerse en itálica (cursiva).	Cervantes escribió <u>Don Quijote de la Mancha</u> . Cervantes escribió <i>Don Quijote de la Mancha</i> .
	El texto marcado debe componerse en redonda.	Ya sabes a lo que me refiero . red Ya sabes a lo que me refiero.

	Borrar (dele o <i>deleatur</i>).	No tengo ningún tipo de objeción. No tengo ningún tipo de objeción.
	Omisión.	Es común en o sometidas a un impacto. Es común en poblaciones sometidas a un impacto.
	Párrafo aparte (punto y aparte).	No es asunto tuyo. <u>Hay</u> , además, una casa sin pagar. No es asunto tuyo. Hay, además, una casa sin pagar.
	Invertir el orden de las letras.	No creo que pueda acompañar <u>te</u> . No creo que pueda acompañarte.
	Las llamadas se colocan sobre la letra o palabra a corregir. Se repiten exactamente al margen junto con el signo de la corrección pertinente.	<u>l</u> ien Suponiendo que podamos volver. Personalmente, preferir <u>í</u> a no vol <u>u</u> er. <u>l</u> í <u>o</u> v <u>T</u> × A veces <u>creo</u> no poder <u>contenerme</u> . <u>l</u> × Por fin, ya es <u>Viernes</u> . <u>cb</u>

Fuente: Servicios Editoriales Madrid

IMPRESIÓN. Los medios impresos requieren de una forma impresora (molde), que será distinta para cada técnica de impresión, que deja una huella en un soporte (papel, plástico, vinílico, tela o cualquier otro elemento que permita recibir una impresión).

Quizá los tipos de impresión que podemos utilizar son la impresión digital, offset o litografía o el huecograbado o también conocido como rotograbado.

En la impresión offset o litografía los papeles son más duros y tersos, la litografía no usa grabados ni relieve, el registro de colores aquí es muy preciso; Otra forma de impresión es el rotograbado o huecograbado es ideal para las revistas que manejan muchas ilustraciones ya que se aprovecha la suavidad, profundidad y textura de los terminados y también está la impresión digital, que es aquella que permite enviar directamente la página a la impresora, eliminando todo el proceso de preimpresión (fotolitos y planchas) y

posibilitando la inclusión de cambios, incluso de página a página sin necesidad de interrumpir la tirada.

Una de las ventajas es que se evitan las fotolitos y las planchas y la página va directamente de la computadora, es más barato a comparación de una impresión en offset ya que esta se cobra por pliegos así se ocupe una o 1000 hojas tendrá el mismo costo, por este motivo se decide que la impresión de Ekokids sea digital, debido al poco tiraje que manejaremos, la impresión se decide por la calidad y magnitud de publicaciones así como la tinta que se utiliza.

Otro tipo de impresión que podemos mencionar es la serigrafía, aunque en este caso no lo tenemos como opción, ya que tiene más características plásticas.

La serigrafía es un estarcido en el que se emplean tejidos calibrados y tintas especiales capaces de producir muy variados terminados: lustroso aterciopelado, áspero, en relieve, ahulado, etc.⁶⁶

Tiene como característica la impresión de retículas muy cerradas lo que facilita la impresión de selección de color, por ejemplo en las playeras, gorras, mochilas, utilizan un estampado hecho en serigrafía, en los vasos, invitaciones, aquí las letras se apreciarán mejor, ya que las letras son pequeñas y finas, además de tener más resistencia en la fricción, un buen colorido, y tener un costo bajo.

La flexografía se conoce como un sistema de impresión por contacto. Regularmente este sistema se utiliza en la impresión de papeles que no permiten mucha presión al ser impresos como el papel corrugado, quizá se puede hacer una prueba para ver si el papel reciclado resulta ser un buen material para este tipo de impresión.

El huecograbado o también llamada heliografía es un sistema de reproducción gráfica en el que áreas impresoras están rebajadas con el resto de la superficie. Las zonas impresoras están constituidas por un grabado más o menos profundo que recibirá la tinta. Este proceso se hace regularmente a impresos con gran intensidad de color y efectos de contraste, es usual en revistas ilustradas, catálogos por la variedad de ilustraciones y portadas a color aunque actualmente ya se utilice más el offset en este tipo de publicaciones.

⁶⁶ Beltrán y Cruces, Raúl Ernesto, *Publicidad en medios impresos*, México, 1984. Ed. Trillas, pág. 84.

La impresión digital, es la que permite enviar de una manera directa la página que se encuentra en la computadora hacia la máquina impresora, con este tipo de impresión se evita todo el proceso de los demás tipos como planchas y fotolitos, una ventaja es que se puede ir modificando página por página, introduciendo nuevos datos, cambiando fotografías si se desea, y sin necesidad de parar el proceso para cambiar rotativas como preparar planchas nuevamente.

Actualmente es el proceso más simplificado, no se necesita ser profesional para realizar este tipo de impresión no se necesitan grandes máquinas o tantas tintas, existen las de láser es decir, utilizan tinta en polvo para crear la imagen y las de inyección de tinta que utilizan información digitalizada para dirigir la tinta a través de pequeños canales, lo que si se debe cuidar es una buena resolución en las computadoras, la desventaja serían las tiradas, deben ser pequeñas ya que la impresión no es tan veloz como una offset, aproximadamente se calculan 6000 copias a todo color por hora, es buena si se requieren tiradas pequeñas.

-DISTRIBUCION. Para la distribución de la revista se manejará un tiraje de 15000 publicaciones al mes, mismas que se destinará al mercado infantil a través de escuelas primarias, Instituciones como el DIF, casas de cultura, lugares infantiles turísticos, ventas y distribución en puestos del distrito federal como locales cerrados y en el interior de la República de periódicos y revistas.

Dividiremos las zonas en 4: norte, sur, oriente y centro; para que en cada zona se repartan las revistas y la información llegue a más niños. Además de que existirá incremento en los espacios publicitarios como en la sección de clasificados teniendo oportunidad de permanecer en el mercado.

PROMOCIÓN. Es una forma de dar impulso a una determinado acción, en este caso que la gente conozca nuestro producto, es válido para entrar en el gusto de la gente e incrementar ventas, para ello es necesario apoyarnos de ciertos procesos como el manejo de campañas publicitarias que motiven a nuestro lector, también la promoción la podemos manejar a través de productos como fólder, lápices, plumas, playeras, llaveros, tazas, libretas, reglas, llaveros, gorras entre otros artículos, por supuesto con el logotipo de *Ecokids* que sean la clave de entrada al mercado. Es importante que el público infantil se sienta parte de nosotros y esto se conseguirá, además de llevarles información y diversión, obsequiándole dichos productos como las playeras o gorras, ayuden o no con las notas y reportajes.

En la siguiente imagen mostramos algunos artículos promocionales, serán obsequiados a través de concursos publicados en la revista y en la página web.

En primera instancia la introducción del producto será como ya se había comentado, obsequiando el ejemplar, posteriormente la idea de que los artículos de promoción cuenten exclusivamente con el logo pretenden que la revista y el logo sean reconocidos por nuestro público meta y así asegurar el posicionamiento de *Ecokids* en el mercado.



CONCLUSIONES

Cuando comenzamos el proyecto, al principio teníamos definida nuestra meta más no el proceso por el cual deberíamos pasar para llegar a ella.

En el primer capítulo comenzamos por determinar que los gráficos, aspecto previsto con antelación respecto a nuestro público meta, van ligados a la evolución de las publicaciones. También recabamos información respecto a órganos que se dedican a la divulgación de la ciencia y el poco auge que tiene en el sector infantil.

La historia de las revistas fue parte determinante en conocer el proceso periodístico para llegar a realizar una buena revista.

En el capítulo de los niños y la ciencia, estudiamos a nuestro público meta en un primer nivel, es decir la psique de los niños en general y la relación que tienen con el material de lectura que se les proporciona actualmente, esto nos permitió ir delimitando el proyecto de tal manera que nuestros objetivos particulares se incrementaron con el fin de abarcar los aspectos que considerábamos descuidados por las demás publicaciones.

Descubrimos en nuestra competencia que nos enfrentábamos con grandes empresas que tenían tirajes superiores a 100000 y con publicidades y patrocinios que rebasaban los cien mil pesos por plana completa.

Los niños y la ciencia es un tema poco reconocido a nivel publicaciones en nuestro país, los museos y la escuela son las partes fundamentales para que se lleve a cabo este proceso. Las publicaciones infantiles tienen espacios escasos dedicados a estos temas, la tarea de conjuntarlos y darles vida es una opción novedosa y propositiva, sin embargo la competencia en las publicaciones infantiles es algo que debemos enfrentar como parte del reto.

Al llegar al tercer capítulo estábamos listas para entrar de lleno el proyecto que da nombre a nuestra tesis, y que realmente era el tema que dominamos desde que pensamos el proyecto, era hora de plasmar las ideas en el papel y comenzar a escribir la historia de *Ecokids* revista de divulgación científica y entretenimiento.

El proceso creativo fue la parte medular de este tercer capítulo, decidimos que *Ecokids* tuviera todas las partes que las grandes publicaciones tienen, ya que es un proyecto ambicioso desde el momento en el que decide buscar oportunidad para la ciencia donde no la hay, el slogan fue una de las partes que nos motivó a que esta publicación sea parte relevante de la cultura de las nuevas generaciones.

Al estudiar y posteriormente a redefinir a nuestro público meta observamos que en algunos casos nuestras hipótesis eran incorrectas, los resultados de la

población que estudiábamos nos decían que la mayoría de los niños estaban ya sumergidos en un mundo parcialmente regido por la televisión, basta decir que uno de sus personajes favoritos era Bart Simpson, dicha serie se ha transmitido desde comienzos de los años 90. Pero por otro lado nos encontramos con una encuesta que arrojaba resultados acerca de niños que pedían conocer más de su medio ambiente y que lo que más les preocupaba en este sentido era la desaparición de selvas y bosques 47% de los niños encuestados nos señalaban esta respuesta.

Gracias a los resultados que nos proporcionó nuestro público meta comenzamos a trabajar y a plasmar las ideas en el papel, seguíamos coincidiendo en que la parte gráfica era nuestra mejor arma, pero que el contenido sería el que definiera nuestra línea editorial y el que expresara el cambio en los pensamientos.

Cuando llegamos a la parte organizacional de la revista como una empresa y comenzamos a ver la parte administrativa consideramos que mientras mas organizada estuviera dicha empresa mejores resultados obtendríamos al respecto, la revista es una empresa que requiere de mucha gente en el lugar adecuado para que funcione con orden y se llegue a los resultados deseados.

Se conjuntaron elementos periodísticos y administrativos que permitieron dar paso al desarrollo del proyecto de revista.

En las cuestiones financieras comprendimos que las PYMES en nuestro país tienen que hacer un camino largo hacia el posible financiamiento de sus nuevas ideas, en cuanto a la industria privada observamos poco interés en las pequeñas publicaciones como la nuestra y la poca ayuda que pueden representar para adquirir el material.

En primera instancia lo más recomendable es utilizar maquila foránea y en base al desarrollo del proyecto comenzar a mudar la maquila a la publicación.

Cabe destacar que la UNAM y el gobierno federal proporcionan diversos apoyos cuando se trata de proyectos de divulgación, pero de intentar voltear hacia el sector privado nos veríamos en grandes aprietos.

Ecokids es un material que organizacionalmente funciona de manera adecuada y ha previsto los aspectos medulares en la creación de una revista.

La maquetación de *Ecokids* busca ofrecer un contenido ameno e interesante, cuando trabajamos con la maquetación de dicha revista y con sus contenidos, recopilamos el mejor material y después lo ordenamos de tal forma que el primer número fuera en verdad atractivo y que nuestros pequeños lectores se vieran interesados en adquirir el segundo número.

El diseño de la revista de divulgación científica fue una tarea donde nos apoyó una diseñadora gráfica, consideramos importante implementar en los planes de estudio el uso de herramientas de diseño de manera constante, ya que la tecnología es parte fundamental del avance de la información.

La publicación creada cumple su objetivo, es atractiva en cuanto a su contenido, dicho contenido es breve y sustancioso, contiene buenas imágenes e ilustraciones, la tipografía va en armonía con el texto y los gráficos, colores llamativos de acuerdo a nuestro público infantil, sin llegar a lo extravagante y sobre todo temas de interés socio-cultural, temas que pueden cambiar la perspectiva del infante con respecto al planeta en el que habita.

La divulgación científica y la ecología son los fundamentos base de la publicación. El esquema de la revista es breve y contiene desde pequeñas notas informativas, hasta reportajes ilustrados que siempre tienen un contenido valioso.

El Rincón de los ganadores es el espacio creado para la diversidad y la aceptación, espacios como estos son los pequeños detalles que hacen a *Ecokids* diferente en cuanto a contenidos, pero no así en la forma ya que visualmente se puede medir con las revistas con mayor tiraje en nuestro país.

BIBLIOGRAFIA ELECTRÓNICA

1.
<http://es.shvoong.com/humanities/167403-revistas-definici%C3%B3n-caracter%C3%ADsticas/>
2.
http://72.14.253.104/search?q=cache:xHWb7exSo60J:www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/caracrevelec.pdf+meraz+clasificacion+de+revistas&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=mx&lr=lang_es
3.
<http://www.revista.unam.mx/vol.5/num9/art58/art58-1.htm/>
4.
<http://www.revista.unam.mx/vol.5/num9/art58/menuseniorinas.swf>
5.
<http://revista.consumer.es/web/es/20010301/miscelanea2/>
6.
http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol8_2_00/aci05200.htm
7.
http://72.14.253.104/search?q=cache:2_c_xPltX8cJ:www.contra-mundum.org/castellano/rushdoony/Concept_Child.pdf+concept_child&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=es&client=firefox-a
8.
<http://www.definicion.org/cultura>
9.
<http://www.lingoz.com/es/dictionary/entretenimiento>
10.
<http://www.manuelcalvohernando.es/articuloi.php?id=36>
11.
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/HomRevRed.jsp?iCveEntRev=570#>
12.
<http://www.ejournal.unam.mx/descripcion.html?r=22&liga=7>
13.
<http://www.latindex.unam.mx/larga.php?opcion=1&folio=983>

-
-
14.
<http://www.latindex.unam.mx/larga.php?opcion=1&folio=424>
15.
http://www.dgdc.unam.mx/muegano_divulgador/no_30/imprescindible.html
16.
<http://www.jornada.unam.mx/1999/12/13/cien-leer.html>
17.
<http://www.latindex.unam.mx/latindex/busquedas1/larga.php?opcion=2&folio=440>
18.
<http://www.izt.uam.mx/contactos/>
19.
http://209.85.165.104/search?q=cache:134cZM65bl8J:www.dgdc.unam.mx/muegano_divulgador/no_30/completo.pdf+prisma+cientifico+de+ampeci&hl=es&ct=clink&cd=5&gl=mx&lr=lang_es
20.
<http://www.elementos.buap.mx/>
21.
http://prensa.ugr.es/prensa/dialogo2/biblioteca/comunicacion_social_ciencia/template_libro_files/archivos/capitulooctavo.pdf
22.
www.esmas.com/espectaculos/farandula/403268.html
23.
www.editorial.televisa.com.mx
24.
www.grupoarmonia.com
25.
http://www.educa.org.mx/que_es.htm
26.
www.minaeditores.com
27.
<http://www.siempre.com.mx/historia.htm>

28.

<http://www.monografias.com/trabajos11/teopub/teopub.shtml>

29.

<http://www.todoexpertos.com/categorias/humanidades/periodismo/respuestas/636800/organigrama-de-un-periodico>

30.

<http://html.rincondelvago.com/disenio-editorial.html>

31.

Enciclopedia Microsoft Encarta 2003.

32.

<http://www.invdes.com.mx/activacion-inf.asp?CategorialID=3&MesID=9&YearID=15&SubCategorialID=1917>

33.

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/zenlatina37/141jaquez.htm>

34.

<http://revistamarometa.blogspot.com/>

BIBLIOGRAFIA

A. A David y S. Day George,
Investigación de mercados,
Ed. McGraw-Hill,
México, 1989,
Págs. 715.

Beltrán y Cruces, Raúl Ernesto,
Publicidad en medios impresos,
Ed. Trillas,
México, 1984
Págs. 170.

Bienvenido, León,
El documental de divulgación científica,
Ed. Paidós,
Barcelona, 1999,
Págs. 190.

Bond, Frank Fraser,
Introducción al periodismo,
Estudio del 4º poder en todas sus formas,
Ed. Limusa,
México, 1974,
Págs. 419.

Bravo-Villasante, Carmen,
Historia de la Literatura Infantil Española,
Ed. Revista de Occidente,
Madrid, 1959,
Págs. 270.

Carrasco Puente, Rafael,
La prensa en México,
UNAM,
México, 1962,
Págs. 300.

Enciclopedia Salvat de la Ciencia y Tecnología,
Tomo 2,
Ed. McGrawHill,
Barcelona, 1964,
Págs. 728.

Fahrman Willi, Gómez del Manzano Mercedes,
El niño y los libros,
Ediciones SM,
Madrid, España, 1979,
Págs. 153.

Galindo, Munch, García, Martínez,
Fundamentos de Administración,
Ed. Trillas,
México, 1991,
Págs. 264.

Estrella Burgos Ruíz
Guía científica,
¿Cómo ves? Revista de Divulgación de la Ciencia de la UNAM,
México
Págs. 176.

Jeremy Lesli,
Nuevo Diseño de Revistas 2,
Ed. Gustavo Pili,
México, 2003,
Págs. 175.

Jesualdo,
La literatura infantil,
8ª ed. Losada,
Buenos Aires, 1982
Págs. 240.

Jitrik, Noe y Patan Federico,
Lectura y Cultura, La Crítica Literaria,
Ed. Coordinación de Humanidades, Dirección General de Fomento Editorial,
México, 1987,
Págs. 88.

Krauze Enrique,
La presidencia imperial. Ascenso y caída del sistema político mexicano (1940-1946),
Tusquets Editores,
México, 2004,
Págs. 552.

Leñero Vicente,
Los periodistas,
Ed. Joaquín Mortiz,
México, 1978,
Págs. 387.

Leserre, Aníbal,
Un niño no es un hombre,
Buenos Aires,
Ed. Atuel, 1994,
Págs. 203.

Maciel Morán Minerva,
Tesis Elementos para una propuesta educativa de un museo interactivo de ciencia, tecnología y cultura en el estado de Colima,
Universidad Jesuita en Guadalajara,
Tlaquepaque, Jalisco,
Noviembre 2006,
Págs. 182.

Marina José Antonio, María de la Válgoma,
La magia de escribir,
España,
Ed. Debolsillo, 2008,
Págs. 187.

Marín, Carlos,
Manual de periodismo,
Editorial Grijalbo, 2001,
Págs. 316.

Martínez Valle, Mabel,
Medios Gráficos y Técnicas Periodísticas,
Buenos Aires, Argentina,
Ed. Machi, 1997,
Págs. 352.

Rattinger Aranda, Andrzej,
El Glosario de Mercadotecnia,
Ed. Cátedra,
México, 2004,
Págs. 106.

Real Academia Española,
Diccionario de la lengua española,
Ed. Espasa-Calpe S.A,
Madrid, 1993,
Págs. 1789.

Reyes Ponce Agustín,
Administración moderna,
Editorial Limusa,
México DF, 2010,
Págs. 479.

Rivadeneira Prada Raúl,
Periodismo la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación,
Ed Trillas, México, 1977,
Págs. 284.

Sandroni, Laura Constancia, Machado Luiz Raúl,
El niño y el libro,
Guía práctica de estímulo a la lectura,
Colección Lectura y Educación,
Ed. Kapelusz,
Bogotá, 1984,
Págs. 182.

Swann, Alan,
Bases del Diseño Gráfico, Manuales de diseño,
Ed. Gustavo Pili,
Barcelona, 1990,
Págs. 144.

HEMEROGRAFÍA

A volar

Publicación distribuida por Papalote Museo del niño,
Director General, José Luis Oliveros,
México, 2008,
Año 2, núm. 21,
Mensual,
Págs. 24.

Big Bang

Director General, Germán Arellano,
Editorial Televisa,
México, 2007,
Año 3, núm. 133,
Semanal,
Págs. 40.

Chispa

Director General, Guillermo Fernández de la Garza,
Innovación y Comunicación S.A. de C.V,
México, 1980,
Págs. 32.

Ecologito

Provenemex, S.A. DE C.V,
México, 1993,
Págs. 36.

Educando

Director General, Carlos Flores Muñoz,
Radar Editores, S.A. de C.V,
Núm. 3, Diciembre 2006,
Mensual,
Págs.32.

Eres niños

Director General, Germán Arellano,
Editorial Televisa, México,
Año 8, núm. 91, mayo 2006,
Mensual,
Págs. 80.

Ingenio,
Director Editorial, Mario Torres Luján,
Mina Editores, S.A de C.V,
Núm. 1, Noviembre 2007,
Mensual,
Págs.32.

La Jornada,
Directora General, Carmen Lira,
Artículo por Rene Drucker,
Una muestra de la vida nacional,
México, 2007,
Num. 1005, año 25,
12 de junio.

Nacional Geographic Kids
Director General, Germán Arellano,
Editorial Televisa,
Año 3, número 8, 2006,
Mensual,
Págs. 40.

Nickelodeon
Directora General, Lic, Liliana Moreno G.,
Editorial Armonía, S.A,
Año 1, número 5, Junio 2000,
Mensual,
Págs. 64.

Princesas,
Director General, Germán Arellano,
Editorial Televisa,
Año 6, núm. 74, 2007,
Mensual,
Págs. 32.

Revista Siempre!
Director General, Beatriz Pagés Rebollar
Ed. Siempre Editorial
Número 2906, 2006
México, D.F.,
Semanal,
Págs. 100.

Tic Tac
Jacobó Maya Sevilla y José Maya Sevilla,
Grupo Bestway S.A. de C.V,
Año 2, número 26,
Mensual,
Págs. 32.

Virtual Kids
Editor Responsable, Germán Flores Trujillo,
Mina Editores, S.A. de C.V,
Núm. 8, Octubre 2005,
Mensual,
Págs. 64.

LOS MEGA-DINOSAURIOS
DE ZÓCALO MIGRAN
A UNIVERSUM.

HABITANTES DEL CRETÁCICO

EFICIO A PLANTA BAJA INFORMES: 5424-0694 Y 5622-6270



De lo **macro** en **UNIVERSUM** **micro**

Habitantes del Cretácico

MICROBIOS
INVASORES INVISIBLES
ALIADOS SORPRENDENTES

Reinventando el planeta

**Protejamos
nuestros bosques y
selvas**



**Rincon
de los
ganadores**



Doramiel
González



**¿Te estas
alimentando BIEN?**



**Microreportero
del mes**
desde **RANCHO
MÁGICO**

MÉXICO, D.F. MARZO 2010
NÚMERO 1
PRECIO AL PÚBLICO \$20.00



1 38055 65154 7



DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE

5
de
JUNIO

INFORMACIÓN
www.carm.es/medioambiente/
www.carm.es/siga/aulasytalleres
Tif.: 968 22 89 37 • Fax: 968 22 89 38



**¡JUEGA, DIVIERTETE Y APRENDE
A CUIDAR A LOS ANIMALES!**



Es un MISTERIO

Se cuenta que en el siglo XVII en el estado de Veracruz había una mujer hermosa, vivía sola y se dedicaba a curar a los esclavos y pobres que caían enfermos. También se dice que realizaba pocimas mágicas, amuletos para el amor, las envidias y curar dolencias.

Un día una mujer que odiaba a la llamada Mulata la denunció por ser una hechicera, ya que esto iba en contra de la Iglesia, el único castigo era la hoguera. La llevaron a lo que ahora conocemos como San Juan de Ulúa, ahí dentro la mulata le pidió al carcelero un pedazo de carbón, él admirando su belleza se lo llevó. Días después el carcelero entró y se dio cuenta que en una de las paredes se encontraba dibujado un barco y le preguntó la mulata - ¿Qué le falta a este barco que pinté?, le respondió - navegar, al momento de pronunciar -pues navegará, saltó al barco y aunque no lo crean desapareció por una de las esquinas, algunos dicen que el carcelero se volvió loco y otras que murió agarrado a los barrotes y viendo el rincón donde el barco desapareció.

****Dato curioso:**
En este calabozo también estuvo preso Benito Juárez y Chucho el roto, quien logró escapar.



Bienvenidos a nuestro primer número, esperamos que se diviertan con la revista para chicos que se preocupan por el medioambiente.

Hemos decidido hacer esta revista porque los más chicos como tú vivirán en un mundo donde cada día debemos cuidar más de el lugar en el que vivimos. Pero a veces suena un poco aburrido. Entonces vamos a experimentar y a jugar mientras cuidamos el ambiente.

En este nuestro primer número podrás encontrar un artículo dedicado a la Protección de los bosques y selvas, no olvides leer nuestra sección El patio de la escuela... y no, no te preocupes aquí no te dejaremos tarea, mejor te ayudamos a hacerla, para los rockeros tendremos un espacio dedicado a las guitarras y un divertido experimento con las ondas sonoras.

Además, en nuestra sección Rincón de los ganadores, hablaremos con una chica especial que ha triunfado a pesar de sus limitaciones físicas.

Conocerás animales en peligro de extinción y de que forma puedes ayudar a que no desaparezcan las especies, te daremos opciones para que sepas qué hacer el fin de semana con tus papás o amigos y quizá encuentres la foto o el nombre de tu mejor amigo publicado en este número.

Recuerda que  fue creada como un espacio para todos los chav@s así que mándanos tus sugerencias, chistes, cuentos, comentarios y reportajes, para que los veas publicados y seas nuestro ecoreporter del mes a ecokids@ecokids.com



INDICE

2 Tecnología que ayuda al medio ambiente

Ahorra energía 3

Bolsas fabricadas con papas 4

Literatura 6

Ecoreporter del mes 5

Protección de los Bosques 8

¿Te estas alimentando BIEN? 10



ESPECTACULOS 11

12

Sorpresa 13

Dale vida a tu escuela 14

15

Es un MISTERIO

16





Tecnología que ayuda al medio ambiente



Existen toneladas de basura que se genera día a día y los pañales han tenido mayor impacto, se considera que por el plástico que contiene tarda 500 años en degradarse, imagínense vivir 500 años con ese material tóxico y terriblemente dañino para nuestro planeta.

Para que los pañales se reciclen, podemos sembrar semillas de trigo en el pañal, claro esto después de procesar el pañal quitándoles esos residuos humanos para dejarlos esterilizados, ya sembrado el trigo después de tres o cuatro meses todo está listo para el cultivo. Suena raro pero los científicos lo hacen, es más fácil separar los elementos que constituyen el pañal y así reciclarlos.

Aprende a reciclar

Forma un cultivo, pídeles ayuda a tus papás y si tienes alguna duda preguntanos. Diles a tus papás que utilicen un pañal 100% ecológico pues está formado por elementos completamente renovables.



¿Tú cual prefieres?



La primera imagen radiográfica del cuerpo humano que se hizo, fueron los huesos de una mano con el anillo flotando sobre éstos, fue la mano de la esposa de Wilhelm Conrad Rontgen llamada Berta. Como no sabían cómo eran provocados les llamaron rayos incógnita o rayos X.



La primera persona en observar los glóbulos rojos fue el holandés Antonie van Leeuwenhoek, era un vendedor de telas y para su trabajo utilizaba perlas de cristal muy pequeñas, para verlas a detalle utilizaba lentes que él mismo creaba y cada vez eran más pequeñas, por lo que resultaba difícil sujetarlas, así que utilizó dos placas de bronce formando un microscopio simple, aunque poco a poco se fueron perfeccionando por otros científicos, pero Antonie van Leeuwenhoek fue el padre de la microbiología y creó cientos de microscopios que aún se conservan en museos.

La tortuga Laud mide hasta 2 metros, es la más grande de su especie, se alimentan de medusas y moluscos. Puede desovar entre 50 y 170 huevos. Es una especie en peligro de extinción, algunas de ellas han muerto asfixiadas, otras desaparecen por no existir control en la recolección de sus huevos y en varias islas son cazadas como alimento. Gracias al "Campamento Tortuguero Isla de Pájaros A.C." en Guerrero garantizan la permanencia de esta especie. Ellos cuidan a las tortugas como sus nidos a través de los donativos de la gente. Si quieres que las tortugas no desaparezcan haz tu donativo, "Adopta un nido", por cada 100 pesos ellos cuidaran 100 huevos. Otras formas de ayudar es no tirar basura en el mar, no consumir productos derivados de tortugas y sus huevos y denunciar cualquier acto en contra de las tortugas marinas al teléfono gratuito 01 800 770 3372.





Dale vida a tu escuela



¿Eres de los que no cuidan la escuela? Debemos mantener una escuela limpia y con áreas verdes para mejora nuestra calidad de vida, si mantenemos un espacio en reuniones nos sentiremos mas cómodos. Puedes empezar con pintar la escuela, no rayarla, elegir colores alegres en los botes de basura, una para orgánica y otra para la basura inorgánica, plantar árboles.

Tener una pared especial para que cada semana hagan un periódico mural participando cada grupo, pidan permiso a la maestra para que pongan algunos carteles relacionados con la materia y los coloquen en la pared, fotos.

Un espacio agradable hace a una persona inteligente, organízate con tus amigos, tómale fotos y muéstranos cómo quedó, si eres original seguro visitaremos tu escuela.

¿Sabías que por cada búsqueda que realices en Ecoogler ellos donan dinero y a cambio de esas búsquedas se planta un árbol en el Amazonas? Ayudemos a frenar el cambio climático.

Tarea! Nosotros te ayudamos.

Ahora Internet nos facilita la vida, si quieres hacer tus tareas y necesitas investigación existen diversas páginas donde la puedes encontrar. Si requieres la impresión de algún mapa con nombre o sin nombre, a color o blanco y negro, ahora INEGI te ayuda, solo entra a su portal y dale clic en impresión de mapas. <http://cuentame.inegi.gob.mx/>

Dinos qué necesitas y nosotros te ayudamos.



Ahorra energía

Un hotel que funciona con energía eólica.



¿Sabes cómo ahorrar energía? Podemos seguir el ejemplo del nuevo hotel Acontraluz ubicado en Chile, este lugar funciona con energía eólica, es decir energía generada por molinos de viento, para tener agua caliente existen paneles de calefacción solar que sustituyen al gas y cuenta con luces LED, es decir bombillas frías que consumen menos que un foco normal.

Así que a ahorrar lo más que se pueda de energía, empieza por cambiar tus bombillas tradicionales por lámparas ahorradoras.

A quién no le gusta salir a pasear con su ipod, mp3 o una computadora portátil y cuando menos lo piensas te quedas sin batería, para darte la solución ya existe un maletín que funciona con luz solar. Este aparato nos sirve como cargador, es un maletín creado para el ahorro de energía eléctrica, también se encuentra en el mercado una mochila con energía solar que la llaman Kyoto. ¿Todavía te queda duda si puedes ahorrar energía?





Ecología

Bolsas fabricadas con papas

Algunas empresas realizan los empaques de sus productos con componentes naturales, es material ecológico, se descompone en poco tiempo y por lo tanto se pueden volver a utilizar.

Actualmente se fabrican bolsas de fécula de patata, se deshacen en unos 180 días generando agua, gas carbónico y biomasa que se puede utilizar como abono a comparación de una bolsa de plástico que tarda años en desintegrarse y se anda paseando por las calles, ríos y mares afectando nuestro ambiente. Hay que comprar bolsas que no dañen nuestro hogar, de lo contrario nos durará muy poco.



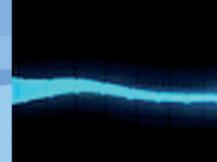
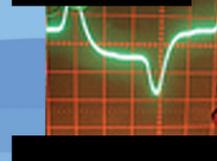
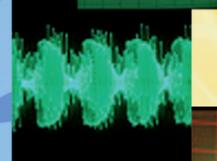
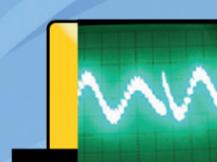
¿Sabías qué?

El primer automóvil fue propulsado a vapor en 1769, era un triciclo con ruedas de madera y llantas de hierro, fue creado por Nicholas-Joseph Cugnot.



¡No te aburras!

Compra tu maletín para hacer papel reciclado, viene con todos los elementos para que la labor sea sencilla y divertida, este trabajo lo podrás hacer con tus papás o amigos si están más grandes, cuenta con marco forma con rejilla y contramarco para hacer la hoja de papel y claro su respectivo manual.



Sabías que las ondas sonoras son sólo vibraciones. Estira una cuerda lo más que puedas, verás que vibra muchas veces creando un campo magnético y formando así el sonido, cuantas veces vibre la cuerda irá adquiriendo el nombre de una nota musical, esto lo descubrió un matemático llamado Pitágoras.

¿A quién no le gusta la música?
¿No que las matemáticas eran aburridas?



EXPERIMENTA
Pide a tu mamá te ayude a conseguir unas copas, llénalas con agua, golpéalas lentamente con una varita y verás que tendrán diferentes sonidos, crea tu propia música.



Hablando de ondas sonoras, imagínense cómo vibran dichas ondas en una guitarra de 42 cuerdas, es la guitarra llamada Picasso, tardó 2 años en fabricarse y pertenece al compositor de jazz Pet Metheny.

Si bien es cierto que cada guitarra identifica al guitarrista, hay que elegir bien cuál es la imagen que quieren dar a conocer, pues podemos equivocarnos y en vez de parecer un rockstar puedes parecer pirata o policía, ya que los modelos de las guitarras son interminables, acústicas como eléctricas. Sabías que el lugar que tiene más guitarras y no precisamente para venderlas, es el Museo de las Guitarras en España. Son piezas desde el siglo XVIII.



ESPECTACULOS

El grupo Ritmo Legendz visitará nuestro país a finales de año, promocionando el sencillo "Bríncale" que se desprende del Álbum El comienzo de una leyenda. Aún no se confirma el lugar de las presentaciones pero seguro será con mensajes para ayudar a niños con cáncer. Estén atentos ya que tendremos los mejores lugares.

Ritmo Legendz



TEMAS DEL DISCO:

1. Intro
2. Es que no puedo
3. Los celos
4. Dame tus besos
5. I love you babe
6. Bríncale
7. Que sigas bailando
8. Quiero verte
9. Niña
10. Eres la felicidad
11. Mentirosa
12. Mi princesa
13. Los celos (Versión Acústica)

¡Muy bien Cristian!



Cristian Castro se fue a dar un concierto completamente gratuito en el Telemaratón de la campaña Bolivia Solidaria, es momento de ayudar a favor del Centro de Niños Quemados (Cerniquem). El dinero recaudado será destinado a la construcción de un albergue temporal para los niños, niñas y adolescentes que día a día sufren de maltrato físico, psicológico y violencia sexual. No es la primera vez que Cristian participa en este tipo de eventos, también le ha cantado a los niños autistas ya que de pequeño presentaba señales de este trastorno; ha visitado centros de beneficencia infantil, donde convivió con los niños y hasta ha hecho algunas donaciones, tales como un televisor, un reproductor de DVD y varias películas infantiles.

Lindsay Lohan



Es la actriz mejor pagada de Hollywood, gana más de 17 millones por película, y se encuentra en la lista de celebridades que apoyan diversas fundaciones. ¡qué tal!

Aquí en México existe la fundación Michou y Mau, que ayuda a los niños quemados menores de 18 años con asistencia gratuita. Si crees que alguien necesita ayuda llama a Quematel 01800 080 8182, evita jugar con fuego, aléjate del agua hirviendo y de los cables de electricidad, hazle caso a tus papás.



ecoreportero del mes



RANCHO MÁGICO



Allison, nuestra ecoreportera del mes, visitó Rancho Mágico, una granja ecológica didáctica donde toda la familia puede estar en contacto con los animales, tocarlos y darles de comer, además de que existen otras actividades como tirolesa, juego gotcha, toro mecánico, rapell que te ayuda a estar en contacto con la naturaleza y por supuesto actividades ecológicas como horticultura, reforestación, ordeña, entre otras. Está abierto al público general, cuenta con visitas escolares al igual que en verano ofrecen campamentos para todos los niños de 5 hasta 16 años.

Para los que quieran visitar el lugar se encuentra ubicada en el kilómetro 31.5 carretera libre Cuernavaca.



Otras sugerencia para que visites es el: Centro Cultural Universitario Tlatelolco. Puedes encontrar videos, música y fotos sobre los años 60, la colección de más de 130 obras de arte, entre ellas pinturas y esculturas de Diego Rivera, José Clemente Orozco y David Alfaro Siqueiros, entre otros. Ubicación: Av. Ricardo Flores Magón no. 1, Col. Nonoalco-Tlatelolco Delegación Cuauhtémoc. Teléfono: 55830961 y 55834092

Sabías que si vas a algún museo puedes marcar *2010 en tu celular y en segundos recibirás información de más de 201 sitios históricos de la Ciudad de México, sólo te cobrarán el mensaje, la información que escuches del museo tendrá una duración de 60 a 90 segundos, la llamada será gratuita.

Literatura



“Un rato para imaginar”

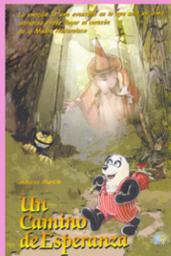
Es el título de la colección de audio-cuentos narrados por Mario Iván Martínez, formada por 12 volúmenes donde podrás encontrar leyendas, tradiciones, fantasías y adaptaciones como el Príncipe feliz. Es una colección de historia combinada con música y efectos, una nueva forma de expresión en la literatura.

No pierdas más y pídele a tus papás que te obsequien la colección.

Un cuento ecológico:

Un camino de esperanza

de Alberto Marín, es la historia de un oso panda llamado Pablín que se identificaría con un niño queriendo crear un mundo mejor. La madre naturaleza cierra sus puertas por causa de un terremoto, el elegido es Pablín, quien tiene que llevar un mensaje de paz y solidaridad a todos, para que la madre naturaleza vuelva a abrir sus puertas, no le será sencillo pues la envidia, la discordia y egoísmo le llevarán por caminos peligrosos. Una verdadera lección para cambiar nuestro mundo.



Rincón de los ganadores



Doramitzi González nació en Morelia, Michoacán, es una atleta paralímpica que ganó 5 medallas en los juegos olímpicos de Atenas 2004, en Sydney 2000 ganó cuatro medallas y en Pekín 2008 dos más. Es una nadadora poseedora de tres récords mundiales y tres paralímpicos Comenzó a nadar des-

de que tenía 5 años, a veces recuerda cómo la gente la veía en la calle cuando era muy chica, las preguntas de los niños en la escuela al verla diferente y en ocasiones la discriminación de las personas.

“Si yo tuviera vergüenza de salir a la calle, yo no sería lo que soy, ahora les preguntó, ¿Quién de ustedes pone de pretexto la vergüenza para no

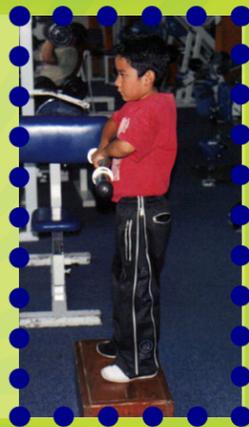
hacer lo que les gusta?” es lo que nos dice Doramitzi. Entonces ¿Qué estas esperando?, realiza lo que más te gusta y conviértete en un ganador. Esperamos que pronto nos mandes tu información y podamos publicar tu historia, y si conoces a algún ganador puedes enviar su testimonio para que seas parte de nuestro equipo de ecoreporteros.



¿Te estas alimentando BIEN?



La niñez es la etapa fundamental, seguro en este momento quieres crecer pero te aseguro que los adultos quisieran volver a ser niños, podrás observar que los adultos ya tienen ciertas dolencias y todo se debe a los malos hábitos que tuvieron en su alimentación, algunos se quejan de dolores en los huesos, esto por no tomar suficiente leche, comer quesos, que es donde encontramos el calcio, otros se quejan porque ya no tienen muelas, pues claro si se la pasaron comiendo muchos dulces sin lavarse los dientes.



Estás a tiempo de cuidarte, si comes sanamente y tienes buenos hábitos, cuando crezcas no tendrás ningún padecimiento grave, casi no te enfermarás mientras que el vecino no podrá salir de su casa por una fuerte gripe.

Lo que necesitas es:

ENERGÍA. Permite que tu cuerpo realice funciones vitales y te mantengas en movimiento creciendo increíblemente, esta energía la encuentras en el pan, tortillas y papa, entre otros alimentos.

PROTEINAS. Son los que estructuran tu cuerpo, come pollo, pescado, res, huevo, queso, leche, nueces, cacahuates y leguminosas.

VITAMINAS MINERALES. Ayuda a prevenir enfermedades y apoyan tu desarrollo. Debes consumir cantidades adecuadas de : calcio, evitarás fracturas y tendrás dientes fuertes; zinc, influye en la cicatrización y hierro, evitas la anemia y aprenderás rápido.

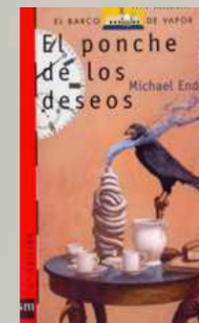


Dale sugerencias a tus papás de lo que quieres comer, ponle color a tu platillo será divertido, te permitirá tener más energía, prestarás atención en clase y obtendrás buenas calificaciones, serás el mejor en la clase.



El ponche de los deseos

de Michael Ende, es una narración en la que existe un mago malvado de gran prestigio que debe de cumplir con un mínimo de maldades al año y de no ser así será secuestrado, quedan unas horas para entregar cuentas al rey infernal y lleva sólo la mitad del trabajo. Este mago por azares del destino crea una fórmula que es el ponche de los deseos, cada cosa que pida será concedida y de esta forma considera que podrá terminar su labor de destruir el mundo, ya que tiene que provocar la extinción de 10 especies de animales, contaminar ríos y provocar la muerte de los árboles. El consejo de animales conoce sus negras intenciones por lo que intentarán detenerlo, habrá que leer el libro para saber si lo consiguen o el mago malvado logra su objetivo.



Otros títulos:

1. Dinosaurios sumergidos
2. En el corazón de las ballenas
3. Detectives del ADN
4. El Dragón del Espacio
5. 90 Grados de Latitud Sur
6. Terror en el cosmos
7. Viaje al abismo
8. Un enemigo invisible
9. Arde la Tierra
10. El Doctor Veneno
11. El rugido del león
12. La isla del fuego y las estrellas
13. Jardineros del árbol de la vida
14. Cazadores de la anti-materia perdida
15. La laguna de los tiburones

“Aventureros de la ciencia”

Es el título de la serie de Ángela Posada, consta de 15 novelas, son documentales acerca de investigaciones reales. ¿Quieres un adelanto?, nos iremos con los Detectives del ADN, el héroe es un ratón fluorescente, así como lo lees, él y sus hijos tienen orejas y cola verde, fueron diseñados por científicos, ¿porqué? Lee el libro y descubre porqué quedó así.





Es triste saber cómo México pierde una superficie de bosque cada hora, es alarmante, ¿Qué nos quedará en unos años si seguimos acabando con nuestro ecosistema?

Protección de los Bosques

Debemos cuidar y proteger nuestros bosques y selvas, ¿porqué? Porque son los bosques los que proveen tres cuartas partes del agua que bebemos, son los que estabilizan el clima, junto con las selvas son purificadores del aire, permiten la recarga de mantos acuíferos, absorben el bióxido de carbono tan dañino para los seres humanos, lo procesan y devuelven a la atmósfera convertido en oxígeno y sobre todo es el hogar de insectos, anfibios, mamíferos y plantas, debemos evitar que estos desaparezcan. Si actuamos de forma responsable conservaremos estas áreas. Siguiendo estos pasos ayudaremos al medio ambiente, debemos reciclar materiales como: vidrio, cartón, papel, latas a través de depósitos de compra-venta, reducir el consumo de elementos que dañen nuestro ecosistema, reutilizar al máximo los productos antes de que los tiremos.

Desde tu hogar puedes ayudar:

- Si vas a recorrer una pequeña distancia puedes utilizar una bicicleta o caminar, además de que es saludable, evitamos la contaminación.
- Cuando vas a viajar por carretera, evita que los fumadores tiren sus colillas por la ventana del auto, si llegaron a provocar algún incendio además de acabar con los bosques, el humo generado representa un 6% de la contaminación global o si vas a acampar y quieres hacer una fogata coloca piedras para que no se rueden las ramas, apágala con tierra o agua, o mejor no hagas fogatas.
- Cuando te bañes reduce el tiempo bajo la regadera, se pue-

de ahorrar hasta 55,000 litros de agua al año, recuerda que en muchas partes del mundo carecen de este vital líquido, no la desperdicies.

- Si vas a imprimir algún documento procura que sea con papel hecho de material reciclado que contenga fibras naturales y no derivadas de la madera, ya que no toda la madera es legal, también puedes utilizar las hojas por los dos lados, una oficina puede disminuir su basura y salvar la vida de 7 árboles.
- Desenchufa todos los aparatos que no utilices, aunque estén apagados utilizan un 10% de electricidad, utiliza también un multicontacto, así cuando lo desconectes lo haces con un solo apagador.

¿De qué forma quieres ayudar a tu planeta?, toda acción que realices es positiva para nuestro hogar. Si ves algún incendio, tala ilegal o algo que esté dañando nuestro planeta denúncialo, también así participas en la mejora de tu planeta.

Un incendio lo puedes denunciar a:
 Emergencias 080
 CORENADER 5630-5360
 CONAFOR 01800-0077-100
 LOCATEL 5658-1111

