



**Universidad Nacional Autónoma de México**

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

**Coordinación de Estudios en Ciencias de la Comunicación**

**T E S I N A**

Titulada:

**“Del original a la imprenta”. Propuesta de manual de estilo  
para las publicaciones de la Dirección General de Culturas  
Populares (DGCP) de Conaculta**

Para obtener el título de

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

presenta:

**Katia Vanessa López González**

Asesora: Mtra. Lilia Ramos Ordóñez

México, D.F. 2013



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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



A Dios,

A los libros: de incunables a electrónicos,

A mi Universidad,

A mis padres,

A Valeria y Rebecca,

Y a ti.

El mayor agradecimiento es a mis padres, Rosy y José Luis. Mamá, no tengo cómo expresar mi admiración hacia ti y por todo lo que me has enseñado, por ser mi soporte, y simplemente por ser mi mamá. Papá, donde quiera que estés, gracias por todo; todo lo bueno que tengo es gracias a ustedes.

Gracias, a mi compañero de vida, Lalo, por todo... TODO. Tú sabes qué es, y también sabes cuánto te quiero.

A mis pequeños tesoros: Ana Valeria y Katia Rebecca, por ser mi motor, y mi fuerza, y mi núcleo.

A mis hermanas, Sonia y Lorena, que siempre han sido mi mayor ejemplo de madurez y rectitud, y por estar siempre conmigo en todo momento. A mis hermanos postizos, Ricardo y Carlos, por todo el cariño. A mis sobrinos que adoro: Ale, Dani, Sofi y Mat.

A todo el resto de mi familia, por el gran amor que siempre me han demostrado: Kary, Paco, Ana, Mire, Rosalía y Fer. Y a todos mis primos. Especialmente a mis abuelas que tengo siempre en el corazón.

Gracias muy especiales a Loren, que es como una segunda mamá para mí. Sin su apoyo nada de esto sería posible. Gracias por ser como es.

A la familia que me agregó desde hace 14 años, especialmente a Yola y a Manolo, por su apoyo incondicional.

Desde lo más profundo de mi alma, gracias a todos mis compañeros y profesores de la FCPyS. A mis queridísimos amigos durante 4 años (más 9 meses de huelga): Laura Almerejo, Lizbeth Pacheco, Dulce Escobedo, Edgar Ángeles y Omar Aguirre.

A todos mis compañeros de Publicaciones de la Escuela Nacional de Antropología. Especialmente a aquellos que trascendieron de tal forma que los considero parte esencial de mi vida: Azul Ramírez (qué haría sin tu chispa), Ligia Mauleón (te adoro, China), Iván Martínez (invaluable tu amistad), Oscar Cruz (por tu apoyo y nobleza). Muy particularmente a Bruno Aceves, mi gurú, gran editor y mejor amigo. A Hilda Jiménez y a Eréndira Reyes por toda su solidaridad. Gracias también a Gil Mancilla y a Miguel Arroyo, diseñadores de los que aprendí demasiado.

Especialmente y con la emoción a flor de piel, a mis compañeros del equipo de Publicaciones en la Dirección General de Culturas Populares del Conaculta. Edna Antúnez y Elisa Vizcaíno, estos últimos años su ejemplo y su compañía han sido una bendición, las adoro. Claudia Corral, Amparo Torres y Estela Vega, gracias por las charlas, los consejos y el empuje. Eustaquio Calva, Juan

Vargas, Virginia Rodríguez, Maribel Gómez y Rodrigo Machuca, gracias por el apoyo incondicional y por ser tan buenos compañeros. Gracias a mi jefa, Anna Goycoolea, por el apoyo invaluable.

A mis amigas trasnacionales: Marce, Lizy, Isis, Alma, Maricarmen, Liliana Muñiz, Andrea. Gracias Anilú y Liliana Zavaleta por literalmente sacarme de nuevo a la luz. Las quiero muchísimo.

Mi gratitud particular a todos mis compañeros de la Generación 34 del Diplomado de Titulación por Tesina de la FCPyS: Frida, Laura, Mar, Margot, Norma, Pável, Armando, Zoe, Jorge, Dolores, Víctor. Nos costó lágrimas y casi sangre, pero lo logramos.

Gracias a los integrantes de mi Jurado, profesores Elvira Hernández Carballido, Rosalía Flores Mateos, María Teresa de Jesús García Contreras y Mauricio Agustín Porras Gómez, por sus consejos, su paciencia y su sapiencia.

Y por último mi eterna gratitud a la asesora de esta tesina, Lilia Ramos Ordóñez. Sin palabras para ti, querida Lilia.

## Índice

Introducción	1
<b>Capítulo 1. La comunicación, la edición y el libro</b>	<b>6</b>
1.1 La escritura como proceso comunicativo	6
1.2 La edición	13
1.3 El libro	15
1.4 Breve historia del libro y su evolución	16
1.5 Tipos de libro	20
1.6 Partes del libro	21
1.7 El proceso editorial del libro impreso	25
1.8 Instituciones que editan libros en México	31
<b>Capítulo 2. El Conaculta y la DGCP: salvaguarda y difusión de la cultura popular en México</b>	<b>33</b>
2.1 Conaculta: institución coordinadora de la cultura en México	33
2.2 La Dirección General de Culturas Populares	35
2.3 Programa Editorial de la DGCP	40
2.4 Proceso editorial en la DGCP	47
<b>Capítulo 3. Manual de estilo editorial para las publicaciones de la DGCP</b>	<b>63</b>
3.1 Definición de manual de estilo	63
3.2 ¿Qué es el estilo?	64
3.3 Objetivos del manual de estilo	65
3.4 Desarrollo del manual de estilo	66
3.5 Manual de estilo editorial para las publicaciones de la DGCP	72
Conclusiones	88
Bibliografía	92
Anexos	97

## Introducción

La presente tesina tiene como propósito elaborar un manual de estilo editorial que actúe como documento normativo y unificador de los criterios editoriales de las publicaciones impresas —libros, principalmente— generadas por la Dirección General de Culturas Populares (DGCP) del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta).

Cuando leemos u hojearmos un libro, pocas veces imaginamos toda la serie de pasos que se siguieron para hacer posible que llegara a nuestras manos. Desde que el autor comenzó a escribir o teclear sus primeras líneas, hasta que el libro es colocado en los estantes de una librería, en todo ese proceso hubo diversas personas involucradas, cada una con su debida importancia. El editor es quien coordina todo ese proceso y a todas las personas involucradas. El editor “cuida” del libro, y para ello requiere un documento que lo guíe, y que pueda dar a conocer a los demás involucrados en la creación del éste. Ese documento, breve, fácil de manejar, claro, sucinto y, ¿por qué no?, atractivo a la vista, es el manual de estilo.

Hoy en día, la tecnología nos da herramientas para crear textos con atractivas presentaciones, formatos diversos, con una amplísima gama de tipografías; se pueden insertar con rapidez imágenes, gráficas, tablas. Muy lejos estamos de aquella época en que tipógrafos, cajistas y maestros en artes gráficas componían de forma manual, artesanalmente, los libros. Copiar y pegar para un gran sector de la población con acceso a la tecnología —de todos los niveles sociales y académicos— se ha vuelto un estilo de vida. Incluso editar nuestras propias publicaciones, ya sean impresas o electrónicas, es perfectamente posible, y fácil, simplemente con hacer unos “clics”, sin necesidad de una editorial que respalde y supervise lo que creamos.

Sin embargo, la palabra escrita siempre requerirá de un cuidado y atención especiales. Por lo tanto, la edición de libros está lejos de ser rebasada por la tecnología. Al contrario, el *software* y los dispositivos son opciones que enriquecen el trabajo editorial, lo hacen más eficiente, rápido, diverso, atractivo. Pero el

cuidado de lo que se dice, siempre debe estar presente. Y esa es la labor de los profesionales de la edición.

Cuidar los textos, corregirlos, conocer el sentido del discurso, uniformizarlos, es parte del trabajo del editor, guiado por un manual estilo propio de su casa editora, ya sea ésta privada, pública, académica o de cualquier índole.

En este momento la Dirección General de Culturas Populares no cuenta con un documento que unifique los criterios que en la práctica sirven como guía para la edición de originales, más bien se guía por estándares consensuados entre los involucrados en el proceso de edición que los aplican pero no los ubican en un documento formal.

Porque el significado es diferente cuando escribimos Santo o santo. Lo mismo sucede con la implicación de escribir Dios o dios ¿por qué no escribimos “Diablo”, con mayúscula? ¿En qué casos aplica uno u otro criterio?

Desde la secundaria nos enseñaron cómo hacer “fichas bibliográficas”, estas que en tarjetas también servían en las Bibliotecas para catalogar el acervo. Nos decían que debíamos colocar mayúsculas en todas las letras del primer apellido del autor: RULFO, Juan. Abajo, con sangría, el año. ¿Cuál año?, ¿el que aparece en la página legal? ¿Qué es la página legal? Luego, el año de impresión ¿y si se trata de una reimpresión?, ¿qué número de edición? Luego, el título completo, tal como aparece en el libro (¿conservando sus puntos y comas, las mayúsculas y las minúsculas?). El lugar de impresión y la editorial: ¿cuál va primero?, ¿es igual Frankfurt que Francfort? ¿New York y Nueva York?

Quizá en aquellos años, incluso ya durante los estudios universitarios, no nos preocupaban tales detalles, pero ahora, cualquiera que sea la profesión o el campo de actividad laboral, escribir correctamente, mantener uniformidad y coherencia durante el discurso escrito, citar las fuentes y mantener una buena ortografía son cualidades básicas e indispensables para una comunicación eficiente.

Cada editorial, de cualquier tipo, tiene la necesidad de contar con un manual formalizado, de acuerdo a sus necesidades. No es igual el manual de estilo de un periódico, de un centro de enseñanza universitario o de una editorial enfocada en la narrativa. Muy disímolos pueden ser los manuales de, por ejemplo, un diario deportivo o una casa editora de libros religiosos. Lo mismo sucede en el ámbito de las entidades públicas que generan sus propias publicaciones. En el caso que se presenta aquí, el manual de estilo de la DGCP, tiene características muy particulares que lo hacen único debido a las actividades y objetivos propios de esta Dirección.

Con esta tesina, se pretende que el manual de estilo contribuya a la formalización del proceso editorial así como a evitar posibles contingencias, entre ellas, la tan temida errata.

El manual buscará también dar solución a problemáticas como: ausencia de uniformidad en los aspectos ortográficos, estilísticos y tipográficos, lo que resulta en textos menos coherentes, eficaces y en general menos correctos; falta de vínculo entre los participantes del proceso editorial: autor, editor, corrector, diseñador respecto a los criterios editoriales; constantes errores u omisiones en los textos (ortografía, homónimos, acentuación, abreviaturas, etc.); desconocimiento de la manera de citar fuentes y consignar la bibliografía, entre otros.

El manual también puede evitar retrasos en el proceso editorial en general y, por tanto, incumplimiento en tiempos establecidos de entrega, asimismo, mediar los frecuentes desacuerdos entre los autores y el editor ante la falta de un documento que norme los criterios.

La tesina hace un recorrido por el proceso editorial del libro impreso, así como su descripción y características. Se hace también una descripción pormenorizada del proceso editorial, específicamente en la DGCP, en sus diferentes etapas. Se retoman los procedimientos seguidos para el Programa Editorial 2010 de la Dirección, es decir, de julio de 2010 a julio de 2011.

Además, durante todo el trabajo se comentan los retos y problemas con que se enfrenta el profesional de las comunicaciones, en el papel de editor, que interviene en todas las etapas del proceso editorial, y el reto de la elaboración de un manual de estilo editorial en una institución gubernamental como lo es la Dirección General de Culturas Populares de Conaculta, que edita aproximadamente 20 libros al año, como parte de su Programa Editorial, y numerosos productos de difusión (folletos, carteles, volantes, comunicados, boletines, notas informativas, trípticos, etcétera).

El desarrollo del trabajo emana de las actividades realizadas en la Jefatura del Departamento de Publicaciones de la DGCP durante el periodo arriba mencionado.

Cabe señalar que para la realización del trabajo, se utilizó la línea de pensamiento del estructural funcionalismo, transitando de lo general a lo particular. Las técnicas de investigación utilizadas fueron documentales y entrevistas a los involucrados en el proceso, además de observación participante.

El primer capítulo, titulado **La comunicación, la edición y el libro**, tratará sobre la edición —en su sentido de sistema de producción de impresos— y su producto por excelencia, es decir, el libro —en su soporte tradicional: el papel—. Comienza con un panorama general de la “materia prima” de los libros: el lenguaje escrito, para dilucidar por qué la edición es un proceso comunicativo. Luego se dará un repaso muy breve por historia del libro en México y su evolución del impreso al digital, así como los tipos de libro y las partes que lo componen. Posteriormente, se explicará de manera pormenorizada el proceso editorial en cada una de sus etapas.

El segundo capítulo **El Conaculta y la DGCP: salvaguarda y difusión de la cultura popular en México**, abordará el contexto general donde se desarrolla el trabajo, comenzando con la institución que regula la cultura del país, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, posteriormente la Dirección General de Culturas Populares, y el Programa Editorial de esta última, además de cada una

de las etapas del proceso editorial de los libros en la Dirección. Aquí comenzaremos con la problemática que nos llevó a realizar este trabajo, es decir, la necesidad de contar con un Manual de estilo, que repercuta en todo el proceso.

El tercer y último capítulo, **Manual de estilo editorial para las publicaciones de la DGCP**, representa la propuesta de este trabajo. Comienza con la definición de un manual de estilo y del estilo mismo, así como los objetivos de un documento como ese. Posteriormente, describe el desarrollo del manual y establece el procedimiento de edición, distribución y registro. Al final se presenta el manual como será publicado.

## Capítulo 1. La comunicación, la edición y el libro

El libro, medio y forma más preciso y perfecta por los cuales el pensamiento humano a través de la escritura se conserva y transmite entre los hombres, es a la vez defensa y amenaza. Defensa de la inteligencia, del espíritu, de la capacidad de los seres racionales para expresar su pensamiento, sus ideas preñadas de emociones, de intelecciones explicativas del propio hombre y de su mundo circundante, de juicios en torno de la conducta propia y ajena, y del pensar particular y de los demás, todo lo cual contiene. Amenaza para quien trata de limitar el pensamiento y su expresión, para quien teme el enjuiciamiento de una conducta reprobable o la condenación de bastardos intereses. Defensa del hombre en su calidad esencial y amenaza contra quien o quienes por cualquier razón se oponen al desarrollo completo e integral de las cualidades humanas. (Ernesto de la Torre Villar, *Elogio y defensa del libro*, México, p.13)

El primer capítulo tratará sobre la edición —en su sentido de sistema de producción de impresos— y su producto por excelencia, es decir, el libro —en su soporte tradicional: el papel—. Comenzaré con un panorama general de la “materia prima” de los libros: el lenguaje escrito, para dilucidar por qué la edición es un proceso comunicativo. Luego daré una brevísima historia del libro en México y su evolución del impreso al digital, así como los tipos de libro y las partes que lo componen. Posteriormente, explicaré de manera pormenorizada el proceso editorial en cada una de sus etapas. Finalmente, concluiré con un panorama general de las editoriales públicas y privadas que editan libros en México, específicamente sobre cultura popular.

### 1.1 La escritura como proceso comunicativo

El hombre, como ser social, se relaciona con los demás gracias a la comunicación. La comunicación, en su definición más general, es la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.<sup>1</sup> Una señal “es una realidad física que quiere decir algo. La asociación mental de esa realidad con lo que quiere decir es un signo”.<sup>2</sup> El signo tiene dos componentes: significante y

---

<sup>1</sup> Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española; versión electrónica. En: [www.rae.es](http://www.rae.es) (consultado el 10 de junio de 2011).

<sup>2</sup> Manuel Seco, *Gramática esencial del español*, México, Espasa Calpe, 1995, 416 pp.

significado —propuesta básica de las ciencias del lenguaje, de Ferdinand de Saussure, eminente lingüista suizo.

Citando a Manuel Seco en su explicación del acto de comunicación:

En el acto de la comunicación, o mensaje, se dan necesariamente estos elementos: 1. El **emisor** (la persona que emite o dirige el mensaje); 2. El **receptor** (la persona que recibe o entiende el mensaje); 3. El **signo** (asociación de un significado determinado a un significante determinado, previamente convenida por el emisor y el receptor).<sup>3</sup>

La comunicación presenta diferentes tipos y variantes, pero lo que es común a todos ellos es la mediación de un determinado lenguaje.

El lenguaje es el conjunto de sonidos articulados con que el hombre manifiesta lo que piensa o siente.<sup>4</sup> El lenguaje es un medio de comunicación en que las señales son sonoras, es decir, que se perciben por el oído. “Los sonidos por sí solos no son significativos; solamente lo son las combinaciones de los mismos llamadas palabras”.<sup>5</sup>

Así, los hombres se comunican entre sí, y el procedimiento más valioso que usan para ello es el lenguaje. La lengua o idioma es el sistema o conjunto organizado de signos de lenguaje utilizado para un grupo humano.

Como vivimos en una sociedad, necesitamos comprender bien a los que nos rodean y a la vez hacemos comprender bien por ellos. Si no existe entre ellos y nosotros una adecuada comunicación, nuestra convivencia será difícil o incluso, imposible. Es preciso saber bien lo que se dice y a quién se dice, y de acuerdo con esto hay que mirar cómo se puede y cómo se debe decir.<sup>6</sup>

La lengua, para poder ser capaz de entrar por los sentidos, debe estar hecha con algo que sea concreto: Eso es el sonido, para impactar en el sentido del oído. Hay una vía secundaria de que hace que la lengua penetre por otro sentido: la

---

<sup>3</sup> *Op. cit.*, p. 21 (las negritas son propias)

<sup>4</sup> Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española; versión electrónica. En: [www.rae.es](http://www.rae.es) (consultado el 10 de junio de 2011).

<sup>5</sup> Seco, *op. cit.*, p. 23.

<sup>6</sup> *Ibid.*, p. 25.

escritura, que transmite a nuestro cerebro un mensaje de lengua a través de la vista. La escritura es un medio gráfico que representa a la lengua.<sup>7</sup>

Las palabras, como ya se dijo, son las combinaciones de los sonidos con significado:

Las palabras en nuestro hablar son las unidades 'separables' más pequeñas dotadas de significado, se dice que son las unidades primarias del lenguaje; los sonidos, carentes de significado en sí mismos, pero que son indispensables para la formación de las unidades significantes —palabras—, son las unidades secundarias.<sup>8</sup>

De ahí la característica *doble articulación del lenguaje*, propuesta por el lingüista André Martinet,<sup>9</sup> es decir, el doble sistema de unidades:

- Unidades primarias: las palabras, que pueden combinarse unas con otras, según una serie de reglas, formando mensajes distintos en número ilimitado.
- Unidades secundarias: los sonidos, limitados en número que pueden combinarse entre sí para formar un número ilimitado de unidades primarias.

El lenguaje tiene un conjunto de sonidos, un conjunto de palabras y de combinaciones posibles, los cuales pueden ser usados por los hablantes del idioma. El hablante no usa ni conoce todas esas combinaciones, pero a fuerza de práctica o estudio, puede aumentar el número de los que entiende o los que usa. Es decir, la lengua que habla una comunidad es un sistema de signos que todos aceptan como medio de comunicación pero que cada quien utiliza de manera particular. La utilización que cada uno de los hablantes hace de la lengua es el habla. La lengua es lo que podemos hablar.

---

<sup>7</sup> Seco, *op. cit.*, p. 69.

<sup>8</sup> Seco, *op. cit.*, p. 23.

<sup>9</sup> André Martinet (Saint-Alban-des-Villard, 12 de abril de 1908 - Châtenay-Malabry, 16 de julio de 1999), lingüista francés, representante de la corriente funcionalista. El más fiel sucesor de Trubetzkoy, a quien completa y corrige en diferentes puntos (Luis Alberto Hernando Cuadrado, *Introducción a la teoría y estructura del lenguaje*, Madrid, Verbum, 1995, p. 85.

La gramática es la disciplina que examina los elementos que constituyen la lengua, y la organización y funcionamiento de todos ellos.

Roberto Zavala cita a José Moreno de Alba: “los verdaderos buenos escritores son los que, quizá a su pesar, en buena medida hacen la gramática, pues regulan, fijan la lengua [escrita]. Las gramáticas normativas no hacen otra cosa que observar, analizar, deducir reglas, de conformidad con el uso de la lengua que hacen los buenos escritores”.<sup>10</sup>

Los escritores sobresalientes, apoyados en su mayor o menor genialidad, han desarrollado su propia gramática a partir de la que, a decir de Noam Chomsky, todos traemos con nosotros. El ejercicio permanente de la escritura, el estudio de otros autores para salvar los obstáculos que se les presentan al escribir sus propias obras, constituirán sus lecciones de gramática y estilística.

A escribir se aprende escribiendo, y leyendo. Por ello las normas son la base o el fundamento de una buena escritura pero siempre es necesario y hasta natural reflexionar sobre el lenguaje que usamos, cómo evoluciona y cómo lo usamos para expresar el mundo interior. Zavala afirma: “estudiar gramática no basta para escribir bien pero mucho ayuda”.<sup>11</sup>

### *El lenguaje escrito*

La escritura, como ya se dijo, es el sistema gráfico de representación de una lengua, por medio de signos trazados o grabados en un soporte.

La invención de la escritura se dio en varios lugares del mundo de forma independiente. Las primeras técnicas de escritura se remontan 4 mil años a.C. Surgió en Egipto, Mesopotamia y China. El sistema creado en Oriente Medio y Egipto se extendió rápidamente a las áreas culturales cercanas y es el origen de la mayoría de las escrituras del mundo. En América la escritura también apareció en Mesoamérica. La escritura a lo largo de la historia, se ha diversificado en múltiples posibilidades de expresión, desde los códices, jeroglíficos, calendarios, hasta las publicaciones de sucesos y noticias en gacetas y periódicos. Como sabemos, la

---

<sup>10</sup> José G. Moreno de Alba, *Minucias del lenguaje* México, Océano, 1987, p. 120. En Roberto Zavala Ruiz, *El libro y sus orillas*, p. 163.

<sup>11</sup> Zavala, *op. cit.*, p. 64.

escritura y las normas de redacción no llegaron juntas, transcurrieron siglos para que la escritura incluyera en su estructura algunas normas para facilitar la lectura y comprensión.

Siguiendo a Ernesto de la Torre Villar, el libro, aparecido según los eruditos al comienzo de la época alejandrina, esto es, hacia la primera mitad del siglo III aC, ya como algo usual, que había penetrado en la vida de los pueblos cultos, y se había vuelto indispensable, gozó, como había gozado el pensamiento y la sabiduría escrita, de gran prestigio".<sup>12</sup>

Es en el siglo XV cuando la cultura occidental alcanza su máximo florecimiento y su mayor capacidad de expansión, y también es cuando el libro va a adquirir, gracias a un ingenioso descubrimiento, sus máximas posibilidades: la de multiplicarse indefinidamente por medios mecánicos y difundirse en núcleos cada vez más amplios.

Antes del papel, la escritura tuvo como soporte físico las tablillas de barro cocido o encerado, los papiros y otros materiales, hasta que en 1455 Gutenberg y sus socios crean el concepto de la imprenta.

Una auténtica revolución cultural representó la invención de la imprenta por Gutenberg, quien se había formado en los talleres xilográficos [...], quien después de sus ensayos en Estrasburgo, perfeccionó en Maguncia su descubrimiento, habiendo impreso la Biblia de 42 líneas en primer término, y más tarde la de 36, y ya en 1460 su célebre Cathlicón impreso también a dos columnas en tipo gótico.<sup>13</sup>

A partir de esos años, la imprenta se introduce en las ciudades más importantes de Europa. A España llega después de 1470.

El acceso de grandes segmentos de la sociedad a la ciencia, a la tecnología y a la literatura empujó lentamente a los autores a hacer más entendibles sus obras. La Ilustración, el Enciclopedismo y el Renacentismo motivaron grandes campañas de alfabetización en Europa, lo cual implicó que los libros llegaran a cada vez más

---

<sup>12</sup> Ernesto de la Torre Villar, *op. cit.*, p. 28

<sup>13</sup> *Ibid.*, p. 29.

sectores de la población y no solo a los privilegiados monjes o miembros del clero y la nobleza.<sup>14</sup>

El perfeccionamiento de la escritura por medio de la emisión de reglas y normas va ligada a la insuficiencia de la escritura de tiempos pasados y de los pueblos antiguos para comunicar eficazmente.

Para Roberto Zavala, hasta el siglo VII los escritores tuvieron pocas preocupaciones formales, pues además de que se ignoraba la puntuación, las palabras se escribían una tras otra, sin separarlas: los lectores debían averiguar dónde empezaba un término y dónde el siguiente.

El sistema de signos convencionales se atribuye a Aristófanes de Bizancio, dos siglos antes de Cristo. El primer signo de puntuación que se empleó fue el punto. Colocado al pie de una letra, el signo equivalía a una coma actual. Si se ponía a media altura, indicaba una pausa, lo que ahora significan los dos puntos y el punto y coma. En la parte superior de una letra valía por punto final.

Ya desde el siglo VIII se había empezado a representar con comas lo que habían sido los puntos inferiores. Debieron pasar ocho siglos para acercarnos al sistema de signos que hoy usamos.

En el siglo XVII se agregaron las separaciones en párrafos, es decir, el punto y aparte, así como el punto y coma, el signo de admiración y el paréntesis. El siglo XVIII vio nacer los puntos suspensivos [...] y apenas en el XIX aparecieron la raya o guión largo y los corchetes o paréntesis cuadrados.<sup>15</sup>

Como ya se dijo, la imprenta y la popularización del libro, empujaría el desarrollo mismo de la puntuación para facilitar la lectura. El interés por la lectura creció de manera exponencial, “para el año 1500 el uso de la imprenta de tipos móviles se había extendido ya a más de 180 ciudades europeas”.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Esaú Efraín Ocampo García, *Propuesta de manual de estilo para la agencia Universitaria de Noticias (Aunam) de la FCPyS*, tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, México, UNAM, 2004, p. 4.

<sup>15</sup> Zavala, *op. cit.*, p. 159.

<sup>16</sup> Ocampo, *op. cit.*, p. 7.

Es fundamental subrayar que la transmisión de un mensaje debe ser en las mejores condiciones y ello implica seguir una serie de reglas. En el lenguaje escrito una de estas reglas es la puntuación, establecidas por la gramática.

La búsqueda por hacer un mensaje inteligible y claro comienza por la estructuración del lenguaje escrito y termina con las cuestiones de forma, de presentación del mensaje sobre el soporte: en nuestro caso, el libro.

Al respecto, las herramientas para conseguir que un texto tenga una adecuada legibilidad son las formas, las familias tipográficas, los ordenamientos del texto — que incluye el análisis preliminar del manuscrito, la corrección de estilo o de originales—, diseños de párrafos, arreglos de tipos, ilustraciones, signos y materiales de impresión y equipos que son elegibles en consonancia con la obra.<sup>17</sup>

Para Ocampo:

El lenguaje escrito [...] en particular el libro [implica], además del cuidado de la impresión como el soporte físico de una lengua [...], la necesidad inherente al ser humano de transmitir ideas y perpetuarlas con claridad y precisión, con las normas gramaticales, ortográficas y de puntuación establecidas para lograr que la comunicación del pensamiento sea posible.<sup>18</sup>

Esa claridad y precisión, y la vigilancia —no irrestricta, como veremos más adelante— de las normas gramaticales, así como el orden, la coherencia, y la integración adecuada de todos los elementos de un texto, es parte de lo que se conoce como edición.

---

<sup>17</sup> *Op. cit.*, p. 8.

<sup>18</sup> *Op. cit.*, p. 9.

## 1.2 La edición

El término edición tiene varias acepciones. Aquí se abordará la que se refiere a nuestro objeto de estudio: edición (del latín *editiō*, *-ōnis*) es: 1. La producción impresa de ejemplares de un texto, una obra artística o un documento visual. 2. El conjunto de ejemplares de una obra impresos de una sola vez, y, por extensión, la reimpresión de un mismo texto.<sup>19</sup>

La aplicación de los conceptos *edición* y *editar* se ha ampliado a la organización y producción de cualquier información sobre algún soporte, por ejemplo, edición de audio, de televisión, cinematográfica (montaje), informática, etc. Reitero que aquí nos enfocaremos en la edición de publicaciones impresas.

La edición de libros es la industria que concierne a la producción y cuidado de todo tipo de libros (literarios, enciclopédicos, de entretenimiento, informativos, etc.). También se denomina “edición” al acto mediante el cual se modifica, organiza y corrige una obra<sup>20</sup>

Para efectos de nuestro trabajo, nos basaremos en la definición de edición como el proceso por el cual se organiza y divulga una obra —en nuestro caso, una publicación impresa, particularmente los libros.

En términos más prácticos, como plantea Luz Pereyra, edición significa la preparación de materiales (texto e imagen) destinados a la difusión masiva, es decir, para ser publicados (libros, revistas, periódicos, carteles, folletos, trípticos, boletines, etc.).<sup>21</sup>

La edición conjuga un proceso prolongado y complejo que involucra a un grupo de personas con cualidades específicas para realizar cada uno de los pasos que lo componen

---

<sup>19</sup> Real Academia de la Lengua Española. En: [www.rae.es](http://www.rae.es). Fecha de consulta: 10 de mayo de 2011.

<sup>20</sup> Roberto Zavala, *op. cit.*, p. 32.

<sup>21</sup> Luz Elena Pereyra Rodríguez, *Ediciones informatizadas (revistas)*, tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, México, UNAM, FCPyS, 2002, p. 10.

Y la persona que coordina la edición es el *editor*. ¿Qué hace un editor? El editor coordina todas las partes del proceso, garantiza la calidad en todas ellas y tiene la visión global para saber que cada tarea individual es trascendental e incide en la calidad del producto final (el libro, la revista, etcétera).

El editor organiza a todos los involucrados en el proceso de edición: autor, dictaminador, corrector, capturista, ilustrador, formador, diseñador (más adelante detallaremos cada una de estas funciones). El editor construye la edición.

[...] Aun cuando la actividad del editor se basa fundamentalmente, desde su origen, en la selección y discriminación de materiales, la evolución constante en las técnicas y formas de observar y difundir el conocimiento han hecho de esta actividad el órgano más importante en el funcionamiento de cualquier publicación impresa. Es algo así como el cerebro, el corazón o la columna vertebral de un ser vivo.<sup>22</sup>

El de editor es un título muy amplio que abarca múltiples tareas y funciones, por lo tanto, hay también diversos tipos de editores, como lo explica Enriqueta Maqueda,<sup>23</sup> está el editor literario y el editor de adquisiciones. El primero es el que se encarga de la adecuada organización y presentación del texto, con todos sus componentes y formas. Y el editor de adquisiciones. Los editores de adquisiciones, también conocidos como *publishers*, son los que se encargan de adquirir o localizar los textos para su publicación, ellos mismos o mediante los agentes literarios. El presente trabajo se concentrará en el primero, el editor literario, y lo llamaremos simplemente editor, ya que el adjetivo “literario” podría acotar sus funciones, que a mi parecer, de modo alguno son limitadas.

Entonces, el editor es el responsable de visualizar todo el proyecto, en este caso el libro, en todas sus partes. El libro es el objeto cultural por excelencia, uno de los productos más significativos del ser humano y quizá el vehículo más eficaz para la transmisión de la cultura. A continuación se tratará al libro y todas sus partes.

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, p. 17.

<sup>23</sup> Enriqueta Maqueda Serrano, *El sinuoso camino de la edición: revistas, historietas y libros*, tesis de licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva, México, UNAM, 2007.

### 1.3 El libro

El libro (del lat. *liber, libri*), según la RAE, es: 1. El conjunto de muchas hojas de papel u otro material semejante que, encuadernadas, forman un volumen. Y 2. Obra científica, literaria o de cualquier otra índole con extensión suficiente para formar volumen, que puede aparecer impresa o en otro soporte.

En una definición menos ortodoxa, y retomando las palabras de Ernesto de la Torre Villar, el libro:

es el medio más eficaz de transmisión del pensamiento, del saber. Tiene su origen insertado en las principales culturas del mundo y tiene su desarrollo, seguro, vertiginoso, efectivo, en los siglos de más amplia expansión cultural, de más vasto desarrollo del mundo occidental. Como la rueda, sigue cumpliendo una función que apoyan desarrollos tecnológicos muy estimables pero que no le quitan su validez, sino que en él se apoyan, con él se cobijan.<sup>24</sup>

Por otro lado, una definición eminentemente legal de libro —que comparte la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro<sup>25</sup>— la encontramos en la Ley Federal del Derecho de Autor, que en su Artículo 123 dice:

El libro es toda publicación unitaria, no periódica, de carácter literario, artístico, científico, técnico, educativo, informativo o recreativo, impresa en cualquier soporte, cuya edición se haga en su totalidad de una sola vez en un volumen o a intervalos en varios volúmenes o fascículos. Comprenderá también los materiales complementarios en cualquier tipo de soporte, incluido el electrónico, que conformen, conjuntamente con el libro, un todo unitario, que no pueda comercializarse separadamente.<sup>26</sup>

Según la definición de la Unesco, un libro debe poseer 49 o más páginas (25 hojas o más). Desde cinco hasta 48 páginas sería un folleto (desde tres hasta 24 hojas). Desde una hasta cuatro páginas, hojas sueltas (una o dos hojas).<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup> Ernesto de la Torre Villar, *Breve historia del libro en México*, México, UNAM, 2009, p. 11.

<sup>25</sup> Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, publicada en el DOF, 24 de julio de 2008.

<sup>26</sup> Ley Federal del Derecho de Autor, Última reforma publicada en el DOF, 23 de julio de 2003.

<sup>27</sup> UNESCO, *Recomendación sobre la Normalización internacional de las Estadísticas relativas a la Edición de Libros y Publicaciones Periódicas*, 19 de noviembre de 1964. En: <https://portal.unesco.org/es>. Consultado el 10 de mayo de 2011.

El libro impreso es el cúmulo de hojas de papel encuadernadas, cosidas y con cubiertas o pastas. Este objeto ha evolucionado hasta pasar por soportes diferentes del papel. Los más claros ejemplos son el audiolibro y el libro electrónico o digital (en sus diversos formatos). Enseguida se desarrollará una breve historia del libro, desde los que hacían los copistas en el siglo XV, pasando por la aparición de la imprenta hasta llegar a los formatos digitales.

#### 1.4 Breve historia del libro y su evolución

En cinco siglos se ha pasado de grabar planchas de madera con la punta del buril, a domesticar el rayo láser y emplearlo en la composición tipográfica (Roberto Zavala Ruiz, *El libro y sus orillas*, p. 17).

En páginas anteriores ya hablamos de la aparición de la palabra escrita sobre los primeros soportes antes del papel, y antes de nuestra concepción actual de libro. Sin duda la historia del libro es vastísima y compleja. Como bien resume Roberto Zavala, “Si a mediados del siglo XV se componían solo unas docenas de caracteres o tipos sueltos en una hora, hoy pueden procesarse millones de caracteres en el mismo lapso”.<sup>28</sup>

Los primeros libros propiamente dichos se hacían por los copistas de los monasterios, en el siglo III, que rescataban con sus plumas a los clásicos de la Antigüedad.

Desde que Wang Chieh imprimió en 866 el primer libro del que se tiene noticia — con planchas de madera, piedra y metal—, hasta el primer libro impreso con tipos sueltos, la Biblia de Gutenberg, transcurrieron menos de seis siglos.

Citemos en extenso a Luz Pereyra:

Muchos [años] antes de la imprenta de Gutenberg, los chinos ya habían desarrollado el uso de la tinta y una forma de impresión conocida como xilografía (impresión tipográfica hecha con planchas de madera), que pasó a Europa hacia el siglo XII, alcanzando extraordinaria difusión en el XV. Sin

---

<sup>28</sup> Roberto Zavala, *op. cit.*, p. 17.

embargo, la impresión más antigua de que se tiene noticia es del año 866 dC., y aparece en el texto budista El diamante Sutra, mientras los primeros grabados que se conocen datan del siglo II dC., y cuya técnica utilizada para su elaboración consistía en aplicar papel húmedo sobre grabados en piedra y sobre ellos se frotaban en tinta, con lo que se reproducía la parte del relieve en el grabado. Más tarde en el siglo VI, la xilografía dejó su huella en documentos impresos en papel de arroz que servía también de guía para tallar el diseño en madera. El estampado con plantillas, antecedente de la serigrafía, se originó también en China (siglo VII).<sup>29</sup>

El estampado fue una técnica que antecedió a la imprenta; también lo utilizaron los romanos, y consistía en el tallado de modelos de bloques de madera, con los que se estampaban dibujos en yeso.

Hacia 1453, el alemán Johann Gutemberg y su colega Johann Fust concibieron el conjunto de elementos de la impresión tipográfica, los caracteres móviles de metal, la composición de textos y la prensa de mano. La técnica se basaba originalmente en la confección de tipos con el uso de punzones de cobre o acero; el punzón era golpeado por un martillo sobre un metal más blando (comúnmente plomo) y la matriz resultante se introducía en el molde de tipos; después, se desprendían los tipos del molde y se limaban en los extremos cercanos a éste, para darle la altura necesaria (aproximadamente 2.5 cm). Luego, el impresor tomaba con unas pequeñas pinzas de metal, una por una, las letras que iba colocando en línea en un contenedor puesto sobre una superficie plana (galera o galerín) y sujeta por los extremos, quedando lista para imprimir.

En los siglos siguientes fueron apareciendo modificaciones y mejoras a la imprenta de Gutemberg, como la alternancia de letras mayúsculas y minúsculas a partir de las “cajas bajas” (que contenían las letras minúsculas).

En 1539 Giovanni Paoli, impresor italiano, llegó a la Nueva España procedente de Sevilla. Firmó un contrato con Juan Cromberger, en cuya imprenta había trabajado como oficial cajista. Para septiembre, fue el turno de Juan Pablos de llegar a la capital novohispana y pronto se instaló en la casa de las Campanas, situada en la

---

<sup>29</sup> Luz Pereyra, *op. cit.*, p. 13.

esquina oriente de las calles Moneda y Licenciado Verdad. Con el permiso real para imprimir libros en la colonia, el mismo año publicó la primera obra en estas tierras: *Breve y más compendiosa doctrina cristiana*. Y esa tendencia, la publicación de obras cristianas, fue como transcurría la vida editorial de la Nueva España hasta finalizar el siglo XVI. “Esos primeros libros tienen formatos muy cuidados: potadas en dos tintas [rojo y negro], dibujos de blasones, escudos y emblemas, así como símbolos religiosos traídos de Europa”.<sup>30</sup>

Roberto Zavala indica que en 64 años se imprimieron 116 títulos, en ocho lenguas indígenas. Hacia fines del siglo XVI, en la ciudad de México funcionaban nueve prensas tipográficas.

El mismo Juan Pablos imprimió en 1542 la hoja volante más antigua que se conoce: “Relación del terremoto de Guatemala”, en la que se narraba el terremoto que había sacudido esa ciudad los días 10 y 11 de noviembre de 1541.

En el siglo XVIII, el número de libreros en las principales ciudades novohispanas era importante. Muchos también eran impresores. Aparecieron excelentes maestros tipógrafos que siguieron los pasos de Juan Pablos, como Antonio de Espinosa, Pedro Ocharte y otros.

[...] Ellos ajustaron su producción a los criterios normativos. Así vemos que las primeras obras aparecidas en la imprenta mexicana refuerzan el deseo de conformar la mentalidad de la sociedad a las normas religiosas vigentes [...] Los primeros misioneros, Gante entre ellos, comprendieron que la evangelización sólo podría realizarse si a la vez se alfabetizaba a los indios, si se les daba los instrumentos de la civilización occidental”.<sup>31</sup>

La elaboración de cartillas y de catecismos representó la misión básica a emprender.

Otro aspecto importante que menciona Ernesto de la Torre es que fue bien observado por el obispo Zumárraga y sus consejeros que los catecismos deberían

---

<sup>30</sup> Zavala, *op. cit.*, p. 20.

<sup>31</sup> Ernesto de la Torre Villar, *op. cit.*, pp. 48-49.

mostrar una unidad conceptual en su contenido, dar una sola opinión, pues la verdad que revelarían se suponía era única e invariable.

También surgieron los libros dedicados a la enseñanza de los indios y al aprendizaje de sus lenguas; asimismo a las leyes y jurisprudencia. Al mismo tiempo, las prensas novohispanas se fatigaron en la producción de una literatura que por sí sola revela al alto nivel intelectual a que aspiraba la Nueva España desde aquellos lejanos años. Por ejemplo, se imprimieron las obras de Ovidio, Aristóteles, y extensos tratados de medicina.

Siguiendo a Roberto Zavala,<sup>32</sup> la elaboración de las técnicas de impresión por parte de Gutenberg hacia 1440 dio paso a la entrada del libro en la era industrial. El libro ya no era un objeto único, escrito o reproducido de acuerdo con la demanda. La edición de un libro requiere de toda una empresa, capital para su realización, y un mercado para su difusión. Por consiguiente, el coste de cada ejemplar baja considerablemente lo que, a su vez, aumenta notablemente su expansión.

El libro en forma de códice e impreso en papel, tal y como lo conocemos actualmente, aparece, por tanto, a finales del siglo XV. A los libros impresos antes del 1 de enero de 1501 se les llama *incunables*.

Resumiendo a Ernesto de la Torre Villar,<sup>33</sup> la introducción de las prensas para imprimir utilizando el vapor, poco después de 1820, así como los nuevos molinos de papel funcionando también a vapor, constituyeron las innovaciones más importantes después del siglo XV. Ambas hicieron bajar, notablemente, los precios de los libros a la vez que aumentaban su tiraje. Muchos elementos bibliográficos, como la posición y formulación de los títulos y de los subtítulos se vieron afectados, también, por esta nueva producción en serie. Después del siglo XIX aparecieron nuevos tipos de documentos: fotografía, registros sonoros, cine, etcétera.

---

<sup>32</sup> Zavala, *op. cit.*

<sup>33</sup> De la Torre Villar, *op. cit.*55.

La ruptura se produjo en los años 1990. La generalización de los códigos numéricos multimedia, que codifica de una manera única y simple (0 o 1) los textos, las imágenes fijas, las imágenes animadas, y los sonidos es una invención, sin duda, tan considerable como la de la escritura. El hipertexto mejoró, de forma notable, el acceso a la información. Por último, Internet hizo bajar los costes de producción y de difusión, como lo hizo la impresión a finales de la Edad Media.

Hoy, el libro electrónico genera una amplia discusión y gran número de preguntas acerca del futuro del libro. Lo cierto es que, en una opinión personal, el libro electrónico marca una nueva era, de la misma forma que lo hizo la llegada de la imprenta de Gutenberg. Marca nuevos paradigmas y nuevas formas de hacer edición. No obstante, libro electrónico y libro impreso convivirán durante, a mi parecer, mucho tiempo más.

Una vez realizado un breve viaje por la historia del libro, se definirán los principales tipos de éste.

## **1.5 Tipos de libro**

### *Por su contenido*

- a) Literario: incluye a uno o varios géneros literarios: poesía, novela, ensayo, cuento.
- b) Científico: su objetivo es la divulgación de la ciencia
- c) Divulgación: documenta hechos, prácticas, tradiciones, memorias, de un tema o evento determinado.
- d) De texto: soporte y apoyo para la docencia y el aprendizaje.
- e) Recreativos: su fin es estrictamente de entretenimiento.

### *Por su soporte*

- a) Impreso: los caracteres y las imágenes son transferidos con tintas sobre papel, que acumulan un determinado número de hojas y éstas a la vez son

cosidas o pegadas y cubiertas por forros o pastas. Considerando su presentación, suele agruparse en rústico o de pasta dura. En el rústico, las pastas o forros son de papel y la encuadernación es cosida o pegada. EL libro de pasta dura los forros son de cartón y/o piel.

- b) Electrónico: también conocido como libro digital o e-book. Su soporte no es el papel. sino que es la versión del texto en un formato digital, que puede ser leído en diferentes dispositivos como computadora personal, e-reader, teléfono celular, etcétera.
- c) Animado: libro electrónico que contiene texto, imagen, animación y/o video, sonido y/o música, de tal forma que el lector puede interactuar con estos elementos para enriquecer su lectura.

## 1.6 Partes del libro

Cabe advertir que no hay normas fijas respecto a las partes del libro, pueden cambiar de una obra a otra o variar de una editorial en otra. A continuación enlisto las partes más comunes o usuales que contiene un libro. <sup>34</sup>

### *Sobrecubierta*

No todos los libros la tienen, pero es relativamente frecuente, sobre todo en libros de pasta dura. También se llama guardapolvos.

### *Cubierta*

Se llama también pasta o forro. Constituye el aspecto externo del libro y se extienden por la cubierta, el lomo y la contracubierta, incluyendo las solapas. Hoy en día se le conoce con más frecuencia como forro, y sus secciones: primera (o portada), segunda (posterior a la portada), tercera y cuarta de forros (contraportada). En la portada o primera de forros se incluyen necesariamente los datos del libro, por lo menos el nombre del autor y el título. Es la “cara” del libro, su presentación, la que muy posiblemente invitará a los lectores a interesarse por él, o en caso contrario, una portada mal diseñada o poco atractiva puede hacer

---

<sup>34</sup> Zavala, *op. Cit.*, pp. 31-40.

que se pierda interés. Por lo regular en la cuarta forros o bien en las solapas se incluye la reseña de la obra, la semblanza del o los autores, la descripción de la colección, otros títulos publicados en esa misma colección o casa editora, etcétera.

### *Lomo*

Es donde se imprimen los datos de título, número o tomo de una colección, el autor, logotipo de la editorial, etc.

### *Guardas*

Hojas que unen las tapas con el resto del libro. También son más comunes (y en ese caso indispensables) en los libros de pasta dura.

### *Hojas de cortesía o de respeto*

Páginas<sup>35</sup> en blanco que se colocan al principio y al final del libro. También se colocan páginas en blanco (llamadas “blancas”) al inicio de cada capítulo o sección, de forma tal que éstos siempre comiencen en página impar (el lado derecho del libro abierto).

### *Portadillas*

Son las primeras páginas del libro y ahí se consignan el título, el subtítulo, el autor, y logotipos correspondientes.

### *Página de derechos de propiedad o de créditos*

Reverso de la portada. También conocida como página legal. Es la página de propiedad literaria o copyright, editor, fechas de las ediciones del libro, reimpressiones, depósito legal, título en original si es una traducción, créditos de edición, ISBN, etcétera.

---

<sup>35</sup> La página es cada una de las hojas con anverso y reverso numerado. Por lo regular, cada hoja consta de dos páginas, es decir, frente y vuelta.

### *Cuerpo de la obra*

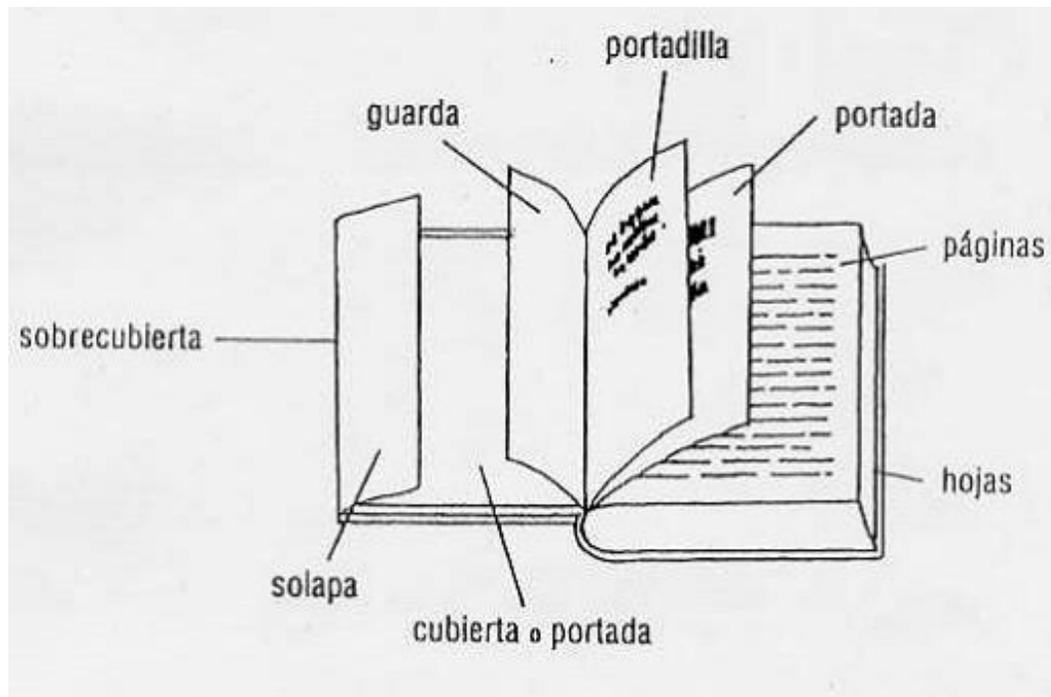
Conjunto de hojas que constituyen el texto del libro. Hay tanta variedad de formas de estructurar el cuerpo de la obra, como libros mismos. Podemos mencionar las siguientes partes básicas:

- Índice o tabla de contenidos: es una lista ordenada que muestra los capítulos, artículos materias u otros elementos del libro.
- Presentación, Prólogo, Prefacio o Introducción: es el texto previo al cuerpo literario de la obra. Explica, advierte, ilustra, estudia, da el contexto y la temática que trata el libro.
- Cuerpo de la obra
- Bibliografía
- Anexos

### *Colofón*

El colofón es por lo regular la última página del libro, donde se consignan brevemente los siguientes datos: fecha de impresión, tiraje, nombre, dirección y teléfono de la imprenta, tipo de papel y fuentes tipográficas. El colofón guarda datos muy valiosos en términos de registro de la obra, sobre todo útiles en las reimpressiones y reediciones.

En la siguiente figura, se muestran las partes que componen el exterior de un libro:



Fuente: Tomado de <http://www.letraherido.com/>. Sitio web sobre edición. Consultado el 27 de septiembre de 2011.

Como todo producto, el libro debe pasar por un proceso de producción —guiado y coordinado por el editor, como se ha reiterado—. A continuación se hará un repaso por las etapas del proceso editorial del libro impreso.

## 1.7 El proceso editorial del libro impreso

La producción editorial es un proceso compuesto de diversos pasos, los cuales van desde la creación del libro por parte del autor hasta el consumo de este por parte del lector. Normalmente cada parte del proceso está encargada a un ente institucional específico. Sus etapas, a grandes rasgos son las siguientes:



Fuente: [Wikipedia.org/edicióndelibros](http://Wikipedia.org/edicióndelibros). Esquema liberado al dominio público bajo el esquema Creative Commons (CC), 29 de abril de 2009 (consultado el 5 de junio de 2011).

Del esquema anterior, se deduce que existe un orden que, con sus variantes, lo ideal es que se siga lo más fielmente posible. Más adelante detallaré cada una de las etapas. Antes, enunciaré a los actores que intervienen en el proceso y cuáles son sus funciones principales, subrayando una vez más que todos ellos son coordinados por el editor.

- El autor: quien hizo la obra, quien escribió el texto en su lengua materna; es el experto en el tema, independientemente de su capacidad de expresión escrita. Es también quien posee el derecho moral y quien permite al editor la publicación de su obra.
- El dictaminador: el experto en el tema que determina la viabilidad de que el texto sea publicado o no.
- El traductor: quien, en caso requerido, traslada el texto de la lengua del autor a la lengua en que se publicará la obra.
- El corrector de estilo: quien revisa el texto en toda su forma, es un profesional dedicado esencialmente a pulir aquellos aspectos sintácticos y

gramaticales que afectan al estilo y que desvirtúan y actúan en detrimento del aspecto formal de la obra. También, por supuesto, se encarga de corregir errores ortográficos, tipográficos, de referencias, etc. Dedicaremos un apartado especial a esta función por dos razones, la primera, porque es hacia donde más se ha enfocado mi labor profesional, y la segunda, porque es en la etapa de corrección de estilo donde destaca la utilidad de un manual de estilo editorial, el objeto de este trabajo.

- El capturista: el encargado de transcribir las marcas del corrector de estilo. Esta función ha tendido a fusionarse con la del corrector y ser una sola.
- El formador, quien, ahora de manera electrónica —y sólo en la formación electrónica nos enfocaremos— forma o maqueta las planas del texto para construir página por página la publicación.
- El ilustrador, quien estampa aquello que puede adornar o documentar gráficamente un libro o las ideas contenidas en él.
- El diseñador de portada, quien debe tener la capacidad de plasmar la idea principal del libro en el espacio limitado de la cubierta.<sup>36</sup>
- El impresor, la persona o grupo de personas, expertos en las artes gráficas, que se encargan de trasladar la publicación al soporte final, es decir, el papel, compaginar, encuadernar, coser o pegar forros y darle acabado a todo el tiraje.
- El distribuidor: la persona o grupo que se encargan de la circulación de la obra, para que lleguen a su destino o punto de venta final, y con quien el editor acuerda el tiraje para que éste sea adecuado según las estimaciones de venta o distribución por otros medios.
- El lector: simple y sencillamente para quien va dirigida la publicación y todo el proceso.

A continuación se explica cada una de las etapas del proceso editorial.

---

<sup>36</sup> Es muy frecuente que las funciones de formador, ilustrador y diseñador se concentren en una sola persona.

### *Entrega del original*

Todo proceso editorial se inicia cuando el autor entrega un texto original al «consejo editorial» o el editor de una publicación, con el fin de que la obra sea evaluada y se decida si puede o no publicarse. El original es el material que va a servir de base para el futuro libro. El original puede ser presentado por un autor en la editorial, o la editorial puede pedir la elaboración del original a uno o varios autores (original a pedido).

### *Evaluación editorial*

Esta parte consiste básicamente en un análisis de la factibilidad editorial. Para ello, se tienen en cuenta criterios como los siguientes:

- Determinar si el original entregado tiene el nivel de elaboración adecuado (es decir, si es un libro «bien hecho»).
- Determinar si el original cumple a cabalidad con las funciones para las cuales fue concebido.
- Determinar, a través de un análisis de los costos, si la fabricación del libro es factible.

Esta parte culmina cuando la comisión acepta o rechaza la publicación del libro. También puede darse el caso, muy corriente, que la comisión devuelva el original al autor con el fin de que lo reelabore, lo amplíe o le haga las correcciones que vengan al caso. En tal caso, la obra no se publica hasta que dicho proceso se realice.

En esta etapa la editorial también tendrá en cuenta si el original del autor está encuadrado dentro de los llamados derechos de autor. Estos derechos varían según el país en que se encuentren la editorial o el editor.

Si el original no se encuadra dentro de lo que contempla las leyes de propiedad intelectual, es decir, falta a la ley, es posible que la publicación no se complete y quede a voluntad del autor su modificación o no de la obra.

## *Revisión y corrección de estilo*

La revisión filológica consiste en la investigación del texto para hallar el trasfondo cultural y vital que subyace tras este.

En muchos países se denomina filología a lo que en realidad sería la corrección del texto en cuanto a gramática, estilo, ortografía, puntuación, acentuación o redundancias. La corrección de estilo consiste en preparar el original teniendo en cuenta la estructura gramatical del idioma.

Desde mi punto de vista y por experiencia laboral, el corrector de estilo debe poseer ciertas características. Además del perfecto conocimiento de las reglas gramaticales del español, el corrector debe tener la capacidad de armar mentalmente un modelo, una estructura integral del texto, de manera que tenga identificados todos los elementos del documento; así como los términos técnicos y palabras recurrentes que se presenten, para poder corregirlos más fácilmente y tener un menor rango de errores y omisiones. El corrector es, ante todo, un lector acucioso, que no deja pasar detalle alguno y que constata todas las partes contenidas en el texto.

Algunas cualidades y actitudes indispensables del corrector de estilo es que debe ser muy paciente, meticulado y obsesivo, además de saber asumir que su trabajo es necesario —aunque no siempre reconocido—. El profesional de la corrección deberá saber defender su labor ya que, en ocasiones, pasará por arduas pruebas en las que la única herramienta o arma que tendrá para sortearlas será el pleno dominio de su materia de trabajo: el lenguaje. Y para ello claro, debe contar con dos guías: la del editor, y la del manual de estilo.

Antes de empezar la corrección, lo primero que se hace es ordenar el material y asegurarse de que esté completo; segundo, establecer un ritmo de trabajo (una jornada de 5 horas permite un rendimiento adecuado, con un avance de entre 30 y 50 cuartillas reglamentarias o estándar, dependiendo de la complejidad del texto y la labor de corrección que requiera el mismo); tercero, tener a la mano el manual

de estilo editorial y toda la serie de diccionarios que amerite el caso: español, sinónimos-antónimos, conjugación, etimológicos, etcétera.

Es muy importante que el corrector conozca el perfil del lector, así como que realice una labor de investigación para conocer algunas publicaciones importantes que tengan afinidad con lo que se está corrigiendo.

El corrector utiliza símbolos básicos de corrección de estilo y marcación tipográfica, que deben ser conocidos por todos los participantes del proceso: editor, capturista, diseñador, etcétera. En el Anexo 1 se pueden apreciar detalladamente los símbolos y su significado.

### *Diagramación, composición y artes finales*

La diagramación o composición es la puesta en página de la obra. Es el proceso que forma parte del periodo de preimpresión, es decir antes de imprimir la tirada o el tiraje, en donde se fijarán las pautas de los procesos anteriores y se le dará forma gráfica final al texto y las imágenes que conforman la obra.

Expresado con más detalles, es el medio por el cual, mediante programas gráficos de diseño y/o maquetación (como Adobe InDesign o QuarkXPress), se establece (en una preimpresión), las características físicas que tendrá la publicación, como el formato de página, tipografías, cajas de texto, colores, imágenes, etc.

Las llamadas «artes finales» son consideradas dentro de este mismo proceso en donde se agregan los últimos detalles artísticos antes de la impresión/materialización de la obra.

### *Impresión*

La impresión es un proceso para la producción de textos e imágenes, típicamente con tinta sobre papel usando una prensa rotativa. A menudo se realiza como un proceso industrial a gran escala, y es una parte esencial de la edición de libros.

Hay diferentes sistemas de impresión. Los sistemas más usados por la industria editorial de libros, periódicos y revistas son la tipografía, litografía y el offset. Este último es uno de los más difundidos dentro de las artes gráficas ya que permite realizar tirajes cortos sin demasiada elevación en los costos de impresión y resultados impresos de gran calidad.

### *Nuevas tecnologías*

Con la aparición de nuevas tecnologías, como por ejemplo los libros electrónicos, muchas editoriales integran en sus catálogos versiones electrónicas de sus publicaciones sin necesidad de la impresión como paso fundamental de la llegada del producto materializado a sus consumidores.

Actualmente la industria editorial se encuentra en un arduo debate sobre el rol de estos nuevos aparatos electrónicos y su impacto en la producción de libros.

Diversos estudios y encuestas indican que en materia de lectura de libros, los lectores aun prefieren el formato en papel. No obstante, los libros electrónicos evolucionan constantemente y van adquiriendo protagonismo en el mercado, sobre todo el europeo y estadounidense.

### *Encuadernación y acabados*

Se llama encuadernación a la acción de coser o pegar varios pliegos o cuadernos de texto y ponerles cubiertas. Las encuadernaciones tienen por objeto procurar al libro tres ventajas: su conservación, su fácil manejo y su presentación artística. Existen diferentes tipos de encuadernación: térmica, rústica, cartoné, piel, espiral, alzado, grapada, plegada, etcétera.

### *Puesta en circulación y venta*

Una vez impreso el libro, revista o periódico se pone en marcha su distribución y venta. Muchas de las estrategias de venta y circulación son predefinidas por el Dpto. de Marketing de la editorial. El marketing involucra estrategias de mercado,

de ventas, estudio de mercado, posicionamiento de mercado, etc. Frecuentemente se confunde este término con el de publicidad, siendo ésta última sólo una herramienta de la mercadotecnia.

La distribución puede ser realizada por una empresa subcontratada con logística propia en transporte o por la misma editorial. Los canales de venta de los productos editoriales son muy variados y van desde librerías pequeñas a grandes cadenas internacionales, desde kioscos de diarios y revistas a grandes supermercados, o la misma venta electrónica a través de Internet o por suscripción.<sup>37</sup>

### **1.8 Instituciones que editan libros en México**

México publica alrededor de 10 mil libros (títulos) al año, una séptima parte de los 70 mil títulos que edita España, país con una población menor a la nuestra, según el director General de Bibliotecas de la UNAM, Adolfo Rodríguez Gallardo.<sup>38</sup>

En 2009 la producción total de libros en México fue de 319 millones 181 mil 467 ejemplares, de los cuales el sector público produjo 197 millones 327 mil 981, y de estos aproximadamente el 60% son libros de texto gratuito de primaria.<sup>39</sup> “Un 70, 75% de la producción editorial total del país está en manos del Estado”.

El Sistema de Información Cultural registra 304 editoriales a nivel nacional.<sup>40</sup> Entre las instituciones que apoyan a las culturas populares e indígenas y que generan publicaciones directamente relacionadas con el tema podrían mencionarse, además de la DGCP, al Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), al Instituto

---

<sup>37</sup> Zavala, *op.cit.*

<sup>38</sup> Joel González Cisneros “México, rezagado en la industria editorial”, en *El Universal*, Sección Sociedad, 22 de abril de 2010 (En: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/592910.html>, consultado el 19 de junio de 2011, 14:00 hrs).

<sup>39</sup> Sonia Sierra, “Entre el 70 y 75% de la producción editorial del país está en manos del Estado: Caniem”, en *El Universal*, sección Letras +Artes, 1 de diciembre de 2010 (en <http://www.eluniversal.com.mx/cultura/64326.html>, consultado el 19 de junio de 2011, 14:00 hrs).

<sup>40</sup> Fuente: Sistema de Información Cultural (SIC): [www.sic.gob.mx](http://www.sic.gob.mx)., consultado el 29 de septiembre de 2011, 13:00 horas.

Nacional de Lenguas Indígenas (INALI), la Dirección General de Cultura Indígena (DGEI), la Coordinación General de Educación Indígena (DGEI), la Coordinación General de Educación Intercultural y Bilingüe (CGEIB), el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED) y el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART). En el Anexo 2 se presenta un listado de las principales de estas instituciones y sus objetivos.

Una vez definido nuestro objeto de estudio, la edición, y repasado la historia del libro, el libro por dentro y por fuera y resumido todas las etapas del proceso editorial, podemos dar paso al Capítulo 2. El Conaculta y la DGCP: salvaguarda y difusión de la cultura popular en México, en el que se conocerá detalladamente el ámbito donde se desarrolla el trabajo: la Dirección General de Culturas Populares del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, y sus diversos proyectos, sobre todo el Programa Editorial.

## **Capítulo 2. El Conaculta y la DGCP: salvaguarda y difusión de la cultura popular en México**

En este capítulo se abordará el contexto general donde se desarrolla el trabajo, comenzando con la institución que regula la cultura del país, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, la Dirección General de Culturas Populares, y el Programa Editorial de esta última, además de cada una de las etapas del proceso editorial en la Dirección. Aquí comenzaremos con la problemática que nos llevó a realizar este trabajo, es decir, la necesidad de contar con un Manual de estilo, que repercute en todo el proceso.

### **2.1 Conaculta: institución coordinadora de la cultura en México**

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública creado en 1988. Se enfoca a la promoción, apoyo y patrocinio de eventos que propicien el arte y la cultura en la nación. El Consejo estimula, promueve e incluso coordina varios eventos culturales del país en su desarrollo, además de apoyar instituciones culturales por todo México.<sup>41</sup>

Actualmente, el Conaculta está constituido por 21 Unidades Administrativas a saber:<sup>42</sup>

- Dirección General de Administración
- Dirección General Jurídica
- Dirección General de Asuntos Internacionales
- Biblioteca Vasconcelos
- Biblioteca de México

---

<sup>41</sup> Fuente: sitio en Internet de Conaculta: [www.conaculta.gob.mx](http://www.conaculta.gob.mx). Consultado el 10 de mayo de 2012.

<sup>42</sup> *Plan Nacional de Cultura 2007-2012*, México, Conaculta, 2007, p. 25.

- Coordinación Nacional de Desarrollo Cultural Infantil
- Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo
- Coordinación del Sistema Nacional de Fomento Musical
- Dirección General del Centro Nacional de las Artes
- Dirección del Centro Cultural Helénico
- Dirección General de la Fonoteca Nacional
- Dirección General del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes
- Dirección General de Bibliotecas
- **Dirección General de Culturas Populares**
- Dirección General de Publicaciones
- Dirección General de Sitios y Monumentos del Patrimonio Cultural
- Dirección General de Vinculación Cultural
- Dirección General de Comunicación Social
- Dirección General Adjunta de Proyectos Históricos
- Dirección del Centro Nacional para la Conservación del Patrimonio Ferrocarrilero
- Festival Internacional Cervantino

Además coordina nueve importantes entidades públicas que forman parte de la estructura básica de la administración cultural del país: INAH, INBA, IMCINE, Canal 22, Estudios Churubusco Azteca, Cineteca Nacional, Centro de Capacitación Cinematográfica, Radio Educación y EDUCAL.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> *Ibid.*

## 2.2 La Dirección General de Culturas Populares

La Dirección General de Culturas Populares (DGCP) del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes tiene más de 30 años de promover el estudio, conservación, difusión y desarrollo de las culturas populares e indígenas de México.<sup>44</sup>

La visión que fundamenta su trabajo es la de un país de relaciones interculturales basadas en el diálogo, en el valor que tiene la diversidad de sus comunidades y en el fortalecimiento de su patrimonio cultural; un país que reconoce y respeta plenamente las diferencias culturales y étnicas de sus integrantes. Un país que trabaja para que la discriminación desaparezca.

Esta institución gubernamental cuenta, para cumplir con sus objetivos, con espacios fundamentales como el Museo Nacional de Culturas Populares y el Centro de Información y Documentación Alberto Beltrán , así como con 20 unidades regionales de Cultura Popular ubicadas en los estados de Baja California, Chiapas, Chihuahua, Coahuila, Durango, Guerrero, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Oaxaca (3), Puebla, Querétaro, Quintana Roo, Sonora, Veracruz (3) y Yucatán.

En materia de la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) y en cumplimiento a los compromisos adquiridos con la UNESCO, esta dirección lleva a cabo la revisión de expedientes del PCI de otros países para su evaluación e incorporación a la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial y el fomento a la participación de especialistas, funcionarios, portadores, creadores, así como promotores culturales institucionales e independientes para la generación de políticas públicas que permitan visibilizar, proteger y salvaguardar dicho patrimonio en México.<sup>45</sup>

Este es uno de los ejes fundamentales en torno a la planeación y los alcances del Programa Editorial de la Dirección. El Manual de estilo sin duda deberá incluir

---

<sup>44</sup> La información vertida en este apartado se obtuvo a partir de la página en internet de la DGCP: [www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx](http://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx) (consultada durante junio y julio de 2011).

<sup>45</sup> Teresa Blanco Moreno (coord.), *Culturas populares. Recuento en siete voces*, México. DGCP. 2006, p. 8.

nociones directamente relacionadas con PCI, por ejemplo, el uso y la escritura de conceptos y términos frecuentes como “Obra Maestra del Patrimonio Oral de la Humanidad”, “Lista de Salvaguarda” (o Salvaguardia); títulos de conferencias, nombres de lenguas indígenas, nombres de festividades (Danza de los Matachines, Día de Muertos). Todos los anteriores son conceptos, palabras o frases cuya escritura —en mayúsculas o minúsculas, cursivas, redondas, castellanizadas o no— tiene importancia literaria, lingüística e incluso política. Uno de los objetivos del Manual de estilo es unificar el uso de todas estas expresiones.

### **2.2.1 Origen y desarrollo**

En 1978, la Dirección de Arte Popular, adscrita a la Secretaría de Educación Pública, fue transformada en la Dirección General de Culturas Populares (DGCP), con el propósito de promover, fomentar y registrar las expresiones y manifestaciones culturales de los sectores populares y, en coordinación con ellos, difundir los valores de la cultura universal, fomentar el desarrollo de las aptitudes artísticas e intelectuales de sus miembros, y consagrarse al estudio, conservación y promoción de sus propios valores culturales. Animador fundamental de este proyecto fue Guillermo Bonfil, su primer director. Bonfil propició una línea de debate y reflexión sobre las culturas populares (incluidas las de los afrodescendientes), la teoría del control cultural y la participación de sectores que se encontraban marginados de las políticas culturales del Estado.<sup>46</sup>

Una de las estrategias adoptadas a partir de la experiencia institucional y la interlocución con creadores, organizaciones y regiones, ha sido la descentralización. Actualmente, existen 43 unidades regionales de culturas populares e indígenas, nueve oficinas creadas mediante convenios con los estados, y cinco instaladas por las propias entidades federativas. Con excepción

---

<sup>46</sup> “¿Qué es la Dirección General de Culturas Populares e Indígenas?”, en [http://www.nacionmulticultural.unam.mx/100preguntas/pregunta.html?c\\_pre=66&tema=1](http://www.nacionmulticultural.unam.mx/100preguntas/pregunta.html?c_pre=66&tema=1) 66 (consultado el 28 de julio de 2012).

del Distrito Federal, hoy en día existen oficinas de culturas populares en todos los estados.

### **2.2.3 Funciones y objetivos**

El objetivo de la DGCP es fomentar la preservación y la difusión de las manifestaciones populares, urbanas, rurales e indígenas.

Su misión es contribuir a la creación de condiciones sociales e institucionales que posibiliten el diálogo intercultural respetuoso y armónico, en el que se exprese toda la riqueza y diversidad cultural de nuestro país.

La visión que fundamenta su trabajo es la de un país de relaciones interculturales basadas en el diálogo, en el valor que tiene la diversidad de sus comunidades y en el fortalecimiento de su patrimonio cultural; un país que reconoce y respeta plenamente las diferencias culturales y étnicas de sus integrantes. Un país que trabaja para que la discriminación desaparezca.<sup>47</sup>

Esta institución gubernamental cuenta, para cumplir con sus objetivos, con espacios fundamentales como el **Museo Nacional de Culturas Populares** y el **Centro de Información y Documentación Alberto Beltrán** , así como con 38 unidades regionales de Cultura Popular ubicadas en todos los estados de la república, una en cada entidad, cinco en Oaxaca, dos en Chiapas y cuatro en Veracruz.

---

<sup>47</sup> Fuente: página web de la DGCP: [www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx](http://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx). Consultada el 7 de enero de 2011.

### 2.2.3 Áreas que la componen

#### **Dirección de Desarrollo Intercultural**

Su propósito es contribuir a generar condiciones para que los portadores de las tradiciones populares urbanas, rurales e indígenas fortalezcan sus valores culturales, sus marcos estéticos de producción y sus identidades como expresiones de la diversidad cultural de la nación, así como propiciar y potenciar el diálogo y el intercambio cultural que permitan la construcción de una sociedad plural e incluyente.

Desde aquí se desarrolla y opera el **Programa para el Desarrollo Integral de las Culturas de los Pueblos y Comunidades Indígenas** (PRODICI), el cual atiende a un sector importante de la sociedad mexicana: la población indígena, portadora de expresiones culturales y artísticas que son una parte fundamental de nuestra diversidad.

Además, lleva a cabo la coordinación del **Programa Nacional de Arte Popular**, cuyo objetivo es promover y acompañar procesos de producción, preservación, fortalecimiento, promoción y difusión de esta manifestación cultural, a partir de los conceptos contemporáneos de *preservación* y *salvaguardia* del Patrimonio Cultural material e inmaterial.

#### **Dirección de Promoción e Investigación**

Desarrolla estrategias de promoción de los programas, proyectos y actividades de la DGCP, así como de las iniciativas y productos de los creadores de cultura popular e indígena. Sus proyectos abarcan los grandes rubros de las expresiones culturales populares, respondiendo con ello a los objetivos de las direcciones, coordinaciones y unidades de Cultura Popular en los estados de la República, contribuyendo a fortalecer las acciones de creadores y promotores culturales.

## **Dirección de Desarrollo Regional y Municipal**

Acompaña y asesora los procesos de fortalecimiento de las Unidades Regionales y e instancias estatales de culturas populares en los estados de la República Mexicana, que hoy constituyen los brazos operativos institucionales más importantes en el ámbito de la cultura popular.

También acompaña procesos culturales con creadores y portadores de las culturas populares, mediante el intercambio y generación de contenidos, metodologías y métodos de trabajo para la elaboración de proyectos que permiten revitalizar y fortalecer el patrimonio cultural inmaterial. Asimismo, desde esta área se coordina la operación del Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias (PACMYC), que a nivel nacional conjunta recursos financieros federales y estatales a fin de apoyar los proyectos culturales de la sociedad.

Otra de sus tareas sustanciales es el desarrollo del **Programa Editorial** de la DGCP que organiza a través de la Subdirección de Publicaciones y el Departamento de Publicaciones. Enseguida daremos una breve explicación de los objetivos y el funcionamiento del Programa Editorial de la DGCP.

### **Subdirección de Publicaciones**

La Subdirección de Publicaciones en el área encargada de la coordinación de los libros que forman parte del Programa Editorial. Lo integran en Departamento de Publicaciones<sup>48</sup> y el Área de Producción. El personal de la Subdirección consta de siete trabajadores.

La Subdirección está integrada por dos personas, la titular y una secretaria; el Departamento de Publicaciones por tres: la jefatura, una asistente editorial y una

---

<sup>48</sup> Desde el 16 de julio de 2010 asumí el cargo de jefa del Departamento de Publicaciones de la DGCP, mediante concurso del Servicio Profesional de Carrera. Anteriormente, laboré ocho años y medio en la Escuela Nacional de Antropología e Historia (INAH); los primeros siete años como correctora de estilo y el resto, también, como jefa del Departamento de Publicaciones.

secretaria; y el Área de Producción, dos personas, el encargado de producción y un asistente. Más adelante se detallarán las funciones y responsabilidades de cada uno.

Cabe destacar que el trabajo tanto de corrección de estilo como de diseño y formación de los libros se realiza por medio de proveedores externos (*freelance*). Y la pre-prensa e impresión se lleva a cabo con empresas que obtuvieron licitación o adjudicaciones directas. En el trabajo se indicarán las ventajas y desventajas que implican para el proceso editorial estas condiciones de trabajo

### **2.3 Programa editorial de la DGCP**

A lo largo de su existencia, una de las aportaciones de la DGCP al conocimiento y aprecio de las manifestaciones culturales populares de nuestro país ha sido la publicación de cerca de mil títulos.

Además de constituir una memoria bibliográfica, cada obra mantiene el interés por la investigación, registro y creación sobre temas de cultura popular e indígena. Este interés permite constituir un sólido Programa Editorial año, tras año.

Como una de las vías de registro y resguardo, de conocimiento y experiencia, el libro viene a reafirmar su papel dentro de las tareas de la DGCP, en el sentido de que articula acciones para hacer extensivo el conocimiento de las expresiones de la llamada cultura popular.<sup>49</sup>

La DGCP fomenta e impulsa al libro como un instrumento primordial de sus políticas de salvaguarda, a la vez que apoya a creadores e investigadores que, de forma particular, fortalecen el registro y la escritura sobre la diversidad cultural.

El programa editorial tiene las siguientes 15 colecciones.<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup> Página web de la DGCP: [www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx](http://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx) (consultada el 25 de junio de 2011).

<sup>50</sup> La descripción de los objetivos de cada una de las colecciones se tomó a partir de: Dirección General de Culturas Populares, *Catálogo de Publicaciones. 30 años*, México, DGCP, 2008, 124 pp.

**1. Amanece: La escritura de las niñas y los niños indígenas.** Contiene textos escritos por niñas y niños indígenas en su lengua natal. El objetivo específico de esta colección es estimular la preservación de las lenguas indígenas y la expresión literaria (cuento, relato, fábula, poesía) de la población indígena infantil. Se han publicado 6 títulos de esta colección. Los títulos son: *Njña xi Tsoton. Sueños que juegan* (mazateca); *Snopobil yu'un ololetik ta tsotsil. Creación de los niños tsotsiles*; *Snoposibal yu'un alal tseltaltik. Visión de los niños tseltales*; *An alabél chudhél. Bello amanecer* (tének); *Swa'yix k'intun. Sueños del arco iris* (tojolabal) y *An alabél dhajuw. El bonito amanecer* (tének).

**2. Arte popular de México.** La colección plasma una muestra del universo de imágenes, formas e iconografías que encierran la historia y el conocimiento de los artistas mexicanos, las cuales pueden ser reutilizadas en las artes y creaciones artísticas. El objetivo de la colección es mostrar y difundir la riqueza del arte popular mexicano, desarrollado por las hábiles manos de los artesanos, quienes expresan en cada obra parte de su historia, cosmovisión, costumbres y tradiciones. El arte popular mexicano es muestra fiel de la diversidad cultural de nuestro país. Se han publicado los siguientes títulos: *Alfeñique, Apuntes, retratos y testimonios de un artista inolvidable. Homenaje a Alberto Beltrán*; *La grana y el nopal en los textos de Alzate* y *El libro de los Tenangos*. La serie Geometrías de la Imaginación. Diseño e iconografía reúne la representación iconográfica de varios estados de la república, y se han publicado las compilaciones de Tlaxcala, Tlaxcala colonial, Chiapas, Oaxaca (dos ediciones), Querétaro, Puebla, Veracruz y Michoacán; en 2010, Morelos y a finales de 2011 estará lista la edición de Jalisco.

**3. Catálogos temáticos del CID.** Con la publicación de estos catálogos, el Centro de Información y Documentación "Alberto Beltrán" (CID), centro especializado en el tema de la diversidad cultural de México, se propone contribuir al estudio, investigación y promoción de las culturas populares por medio de la publicación de catálogos, alrededor de un tema particular, sobre la riqueza informativa que contiene sus cinco acervos: Biblioteca, Hemeroteca, Fonoteca, Documental, Fototeca-Videoteca. Los títulos de los catálogos son: *Migración*; *Fiestas populares*

*de México* (2 vols.), *Juegos y juguetes tradicionales y Pueblos indígenas* (2 vols.); Estos catálogos temáticos también se pueden consultar en la base de datos del CID: [www.cidalbertobeltran.gob.mx](http://www.cidalbertobeltran.gob.mx)

**Cocina Indígena y Popular.** Es la colección con mayor número de títulos que tiene la DGCP (56), acerca de uno de los temas más importantes de la cultura popular: la cocina. Tema que identifica a los mexicanos y una de las gastronomías más importantes por su gran diversidad. El propósito de esta colección es promover la investigación, recopilación y rescate de recetas de cocina indígena y popular por estado, región o pueblo, y publicarlas por medio de recetarios que muestren la importancia y riqueza de las tradiciones culinarias de México. Algunos de los títulos de esta colección son *Recetario nahua del norte de Veracruz; Recetario mixteco poblano; Recetario maya de Quintana Roo; Recetario guanajuatense del xoconostle; Recetario de comida de los tarahumaras; Recetario del maíz; Recetario veracruzano de cuaresma y navidad; Repertorio de tamales mexicanos; Recetario nahua de Milpa Alta; La dulcería en Puebla. Historia cultural de una tradición, Las flores en la cocina mexicana; Recetario colimense de la iguana; Recetario menonita de Chihuahua; Recetario de hongos de Veracruz, etcétera.*

**Cuadernos y Documentos del CID.** Esta colección contempla la publicación de textos cortos de investigación que son importantes y que tienen como base los acervos del Centro de Información y Documentación “Alberto Beltrán” (CID). Se trata de recopilaciones, ensayos, o documentos que por su carácter histórico o testimonial es necesario conservar y difundir. Los títulos son: *12 de Diciembre. Día de la Virgen de Guadalupe, Los mercados de Tenochtitlan y Tlatelolco y Geografía simbólica. Una materia para la educación intercultural en las escuelas indias de Oaxaca.* Pueden ser localizados también en el Centro de Información y Documentación Alberto Beltrán.

**Cultura Indígena.** Su objetivo es publicar textos (estudios, ensayos y recopilaciones) sobre la diversidad de expresiones y testimonios de la cultura de

los distintos pueblos indígenas del país: su historia, cosmogonía, música, teatro, danza, artesanías, fiestas, tradiciones y costumbres, tradición oral, etc. Ha publicado: *Comunalidad y desarrollo*, *Contacto lingüístico entre el español y el purépecha*; *José Benítez y el arte huichol*. *La semilla del mundo*; *La comunalidad*. *Modo de vida de los pueblos indios*; *Levantando sombras*; y *Plantas útiles de San Juan Cacahuatpec, Costa de Oaxaca, México*

**Culturas Populares de México.** Registra, mantiene y difunde la diversidad de manifestaciones culturales de México (música, danza, teatro, arte popular, artesanías y tradiciones) que se desarrollan en torno a la cultura popular a partir de investigaciones, estudios, testimonios o textos literarios (cuento, poesía, novela, relatos y teatro). Algunos de los títulos son: *Culturas populares y política cultural*; *Cultura urbana y movimientos sociales*; *El mismo diablo nos robó el papel*; *Dos estudios de educación y resistencia*; *cultural entre mixes y tarahumaras*; *Historia, cultura e identidad en el Sotavento*; *La canción cardenche*; *Tradición musical de La Laguna*; *La música divina de la selva yucateca*; *Música en la tierra mazahua*; *Culturas populares en la frontera México-Estados Unidos*; *Por la tierra y por los Santos*; *Identidad y persistencia cultural entre yaguis y mayos*; *Sin maíz no hay país*; y en 2010 *Un dulce ingenio. El azúcar en México*.

**De Tín Marín.** Esta colección infantil se creó con el objetivo principal de sensibilizar al niño sobre el valor de la cultura popular e indígena en sus múltiples manifestaciones. También tiene el propósito de ayudar con nuevas opciones de lectura dirigidas a los niños en edad escolar y, de esta manera, fomentar el hábito de la lectura. La colección podrá tener cuentos, cantos, adivinanzas tradicionales, juegos, para rescatar lo que los niños disfrutaban jugar en la calle, en la escuela, en su casa, para que nuevamente echen a volar su imaginación. Los títulos: *El trompo* y *Zoológico decimal de la Huasteca*. Mucho se ha debatido, sobre todo en los Comités editoriales, sobre la urgencia de que la Dirección amplíe la oferta de títulos en las colecciones infantiles.

**Fiestas populares de México.** México es un país con una gran diversidad de tradiciones que se crean y recrean en sus celebraciones. Ferias, música, cantos, danzas, bailes, juegos, comida, vestido y arte popular, confluyen en su momento: la fiesta. Esta colección incluye investigaciones, estudios, testimonios o monografías, relacionadas con las fiestas tradicionales que se realizan en México. Muestra la gran riqueza y diversidad cultural de nuestro país y contribuye al conocimiento y difusión de nuestras costumbres y tradiciones. La fiesta es la tradición que más identifica a los mexicanos, ya que en ella intervienen gremios, barrios, colonias, pueblos, con un mismo fin. *Danzas y bailes tradicionales del estado de Guerrero; El carnaval en México, abanico de culturas; Fiestas de gremios ayer y hoy; Fiesta de nuestra señora de Guadalupe; La fiesta de la muerte y La Semana Santa en México* son algunos de los más representativos.

**Lenguas de México.** La colección reúne una amplia gama de relatos que expresan realidades sociales diversas, simbolismo y creación estética particular que abunda en temas míticos, fábulas y ejemplos morales; astros y elementos naturales; relatos sobre el hombre y sus normas, usos y costumbres sociales, además de cuentos sobre brujos y apariciones. La colección tiene como objetivo primordial promover la investigación, rescate y difusión de las 63 lenguas indígenas de México, por medio de cuentos, narraciones, tradición oral, etc., en lengua indígena y español. Con el título genérico de “Relatos”, se han publicado los Relatos pai pai, chontales, tzeltales, huastecos, totonacos, choles, guarijíos, mochó, rarámuri, tzotziles, huicholes, purépechas, tlapanecos, yaqui y mayo (estos dos en un solo tomo), otomíes, mayas, zoques, zapotecos, nahuas, triquis, tojolabales y mixtecos. En 2012 se planea la reimpresión de varios tomos ya agotados.

Todas las colecciones aportan casos muy particulares para ser considerados en el Manual de estilo. Esta colección en particular representa una especie de “reto” especial, ya que la transcripción de textos en lenguas mexicanas al español tiene dificultades como la acentuación, las tildes, los guiones, etc., además de las nominaciones y autodenominaciones de las lenguas.

Letras Indígenas Contemporáneas. Tiene como objetivo principal promover y difundir la creación literaria (cuento, poesía, novela, teatro) de escritoras y escritores indígenas en su propia lengua y español. Los títulos incluidos son: *Alas al viento. Tjiungá e tjao* (mazateca); *Alonso Mariano* (purépecha); *Bizuudi'ruuna'nasis. Enaguas de llanto suave* (zapoteco); *Ca guichi xti guendaranaxhii. Las espinas del amor* (zapoteco); *Dxi gueela' gaca' diidxa'. Cuando la noche sea palabra* (zapoteco); *In lu'um. Mi tierra* (maya); *La milpa de Muxupip* (maya) y *Ra xeca hai tsatyo thutsi. La isla de los perros* (otomí),

**Memoria Histórica.** La colección tiene como objetivos: sistematizar el conocimiento que los grupos sociales tienen de su historia y vida cotidiana, por medio de la vía oral, escrita, gráfica y documental; apoyar a las asociaciones de cronistas con espacios de conocimiento y reconocimiento de la memoria histórica de sus comunidades; impulsar la participación de la comunidad en el rescate de su memoria histórica; recopilar la rica tradición oral de nuestros pueblos, barrios y regiones, elemento fundamental para el conocimiento del pasado de los pueblos, el recuerdo que se hereda generación tras generación y que nos permite aprender la identidad de un grupo, comprender su presente, proyectar su futuro, para que la memoria, particular y colectiva, no se quede en el olvido. Los títulos publicados hasta ahora en esta colección son *El Cristo viejo de Xichú. Resistencia y rebelión en la Sierra Gorda durante el siglo XVIII; De aquí pa'llá, crónicas de viaje; El aroma de la nostalgia. Sabores de Durango; El canto de la tribu; Los templos del buen bailar; Los viejos barrios de la ciudad de Querétaro; Relatos de frontera; Usos y costumbres. Vivencias y convivencias de un alcalde mixe*, y en 2010 el catálogo de la exposición *Imágenes para una historia. Estampas de lo popular mexicano*.

**Premio Nezahualcóyotl de Literatura en Lenguas Mexicanas.** Se creó para difundir la creación literaria (poesía, novela y cuento) del concurso bianual Premio Nezahualcóyotl de Literatura en Lenguas Indígenas, el cual tuvo su origen en 1993 en el marco del Año Internacional de las Poblaciones Indígenas del Mundo, y tiene como propósito conocer y estimular a los escritores indígenas de México. Los

títulos, bilingües, publicados hasta ahora son: *Chikome xochitl. Siete flor* (náhuatl); *Kuun nuvi savi. Jornada en la lluvia* (mixteco); *Rarámuri oseriwara. Escritos en rarámuri* (rarámuri); *Da kebe nho seke gon ben xhi'ne Guzio. Relación de hazañas del hijo del Relámpago* (zapoteco); *Guie' yaase'. Olivo negro* (zapoteco); *Xtille Zikw Belé, Ihén Bene Nhálhje Ke Yu' Bza'ó. Pancho Culebro y los naguales de Tierra Azul* (zapoteco); *El canto de la estirpe* (maya), y en 2010 *Danzas de la noche* (maya). Cabe mencionar que a partir de este último título, la colección fue rediseñada, así como el Premio recibió un nuevo impulso, al tener mayor difusión y contar con alianzas entre la DGCP e Institutos de Cultura de diversas entidades.

Recetarios Antiguos. Tiene como propósito promover la investigación, rescate y difusión de textos relevantes de gastronomía mexicana de los siglos XVIII, XIX y XX, ya que la gastronomía es una de las tradiciones que más fácilmente nos retrata y que más facetas muestra. Esta es una de las colecciones más emblemáticas de la Dirección y de los títulos más vendidos. La componen 11 títulos en su mayoría anónimos: *El cocinero mexicano. México, 1831* (tres tomos); *Formulario de la cocina mexicana. Puebla, siglo XIX*; *Libro de cocina del hermano*

*Fray Gerónimo de San Pelayo. México, siglo XVIII*; *Manual de cocina. Puebla, 1911*; *Recetario de Tepetitlán. Puebla, 1901*; *Recetario mexiquense, siglo XVIII*; *Recetario novohispano. México, siglo XVIII*; *Recetario tradicional. Celaya, fines del siglo XIX*; *Recetario de Mascota, Jalisco, de Hildelisa Martínez de Quintero. Fines del siglo XIX*. Debido a su gran demanda, en 2010 estos títulos, fueron reimpresos. Completan la colección *Libro de cocina de la gesta de Independencia y Dos manuscritos mexicanos de cocina*. Algunos títulos han sido reimpresos hasta tres veces.

**Imágenes del Patrimonio Cultural Inmaterial de México.** Es la colección más reciente, los títulos que la integran tienen el formato de libro de arte y, en palabras de Anna Goycoolea Artis, subdirectora de Publicaciones, su objetivo es mostrar gráficamente la diversidad y riqueza de las manifestaciones de patrimonio cultural

inmaterial del país.<sup>51</sup> Hasta ahora la se ha publicado un solo título en 2010, que es la edición del Primer Concurso Nacional de Fotografía sobre el Día de Muertos, cuya emisión 2009 tuvo el tema de “Altares y ofrendas”. En 2011 se está trabajando con la edición del libro conmemorativo de la segunda edición del concurso, cuyo tema fue “Mercados y tianguis”.

Todos los títulos de las diferentes colecciones pueden encontrarse en la red de librerías Educal, la distribuidora y comercializadora oficial de los materiales editados por el Conaculta y la SEP, la única instancia autorizada para vender los libros.

#### **2.4 Proceso Editorial en la DGCP**

El libro es y seguirá siendo esencial para preservar y difundir nuestras culturas popular e indígena. Por ello, la Dirección General de Culturas Populares e Indígenas (DGCP) lo conserva e impulsa como un instrumento primordial de su política de salvaguarda de estas expresiones, a la vez que apoya a creadores, investigadores, organizaciones, pueblos y comunidades que realizan esta actividad o, que de forma particular, fortalecen la práctica de la escritura sobre la diversidad étnica y lingüística de los pueblos indígenas de nuestro país.<sup>52</sup>

En promedio, el Programa Editorial de la DGCP edita 20 libros por año. En 2010 se editaron 19 títulos (5 ediciones nuevas, 11 reimpressiones y una coedición). En 2011 se editaron 20 títulos (7 ediciones nuevas, 4 coediciones y 9 reediciones). En 2012 fueron publicados 24 títulos nuevos (6 coediciones, A esto hay que sumar cerca de 15 folletos, trípticos y material de promoción por año y cerca de 15 libros resultado del programa Pacmyc.

En el Anexo 3 se presentan los listados de los libros publicados en 2012 así como el Programa Editorial 2013, que al momento de terminar esta tesis está en aprobación.

---

<sup>51</sup> Entrevista realizada el 29 de julio de 2011.

<sup>52</sup> DGCP, Objetivos del Programa Editorial, presentado ante el Comité del CNCA (documento interno).

#### *2.4.1 Política editorial*

Dentro de las tareas de la Dirección está la de articular acciones que den a conocer las expresiones de la cultura popular, mediante el libro como una de las vías de registro y resguardo. A 30 años de existencia del programa editorial de la DGCP, se han publicado más de mil títulos que dan cuenta de la diversidad cultural del país, muchos de los cuales constituyen la etapa final y consolidación de apoyos brindados a creadores, artistas e investigadores.

La Dirección General de Culturas Populares recibe múltiples solicitudes y propuestas de instituciones culturales o afines al trabajo en materia de cultura popular e indígena, así como de organizaciones, investigadores o creadores. Todas estas solicitudes y propuestas son dictaminadas de acuerdo con los criterios de la política editorial de la Institución, por lo que, si el dictamen es favorable, se procede a integrarlas al Programa Editorial, el cual se somete, para su aprobación, al Comité Editorial Interno del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Paralelamente forman parte del Programa Editorial los textos derivados de investigaciones, convocatorias, concursos, proyectos y acciones realizadas por la propia Dirección.

Con esto se propone cumplir con los objetivos siguientes: 1. Contribuir a la documentación y difusión de la cultura popular, incluyendo la de los pueblos indígenas. 2. Promover el arte y la artesanía popular e indígena. 3. Conservar, documentar y difundir títulos en lenguas maternas. 4. Aumentar el número de lectores, principalmente en lenguas indígenas. 5. Estimular la creación literaria. 6. Aumentar el acervo de las bibliotecas. 7. Dar a conocer la diversidad cultural de México. 8. Contribuir a la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial del país.<sup>53</sup>

En el reglamento de la DGCP, se establece que el Comité Editorial es de carácter técnico, siempre impar, que se integrará con siete miembros internos y externos,

---

<sup>53</sup> Propuesta para la selección de obras de la DGCP (documento interno, presentado ante Comité Editorial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, en su Sexta Sesión Ordinaria, 10 de diciembre de 2010).

quienes harán cumplir los lineamientos que regulan las publicaciones de la DGCP.<sup>54</sup>

Su función sustantiva es aprobar el Programa Editorial anual de la DGCP.<sup>55</sup>

#### *2.4.2 Comité editorial*

Es el órgano responsable de señalar los lineamientos editoriales. El Director(a) General de la DGCP vigilará la adecuada integración e instalación del Comité Editorial y validará los lineamientos para su funcionamiento. Está integrado por miembros internos y externos, con la siguiente estructura:

-Director General: será el presidente del CE, ya que es la máxima autoridad de la dependencia y responsable directo de la política editorial a seguir. Tiene voz y voto de calidad.

-Director de Desarrollo Regional y Municipal: será el Secretario Técnico, ya que es el titular del área responsable del Programa Editorial. En ausencia del Presidente tiene la responsabilidad de coordinar las reuniones del Comité Editorial. Tiene voz y voto.

-Subdirector de Publicaciones; será el Secretario de Actas, quien será la voz informativa; con voz y voto.

-cuatro especialistas en culturas populares; tienen voz y voto.

-invitados permanentes: los directores de área de la DGCP, el coordinador administrativo y el Director General de Publicaciones de la DGCP; tienen voz pero no voto.<sup>56</sup>

Los integrantes desempeñarán sus funciones durante un año, con la posibilidad de ser reelegidos durante un año más.

Las funciones del comité son las siguientes:

---

<sup>54</sup> Reglamento del Comité Editorial Interno de la DGCP, artículo 2.

<sup>55</sup> Reglamento del Comité Editorial Interno de la DGCP, artículo 3.

<sup>56</sup> Reglamento del Comité Editorial Interno de la DGCP, Artículo 6.

- a) Aprobar el Programa Editorial Anual de la DGCP y vigilar que se cumpla cabalmente
- b) Vigilar que se cumpla la política editorial
- c) Evaluar los avances del proceso del Programa Editorial
- d) Tener conocimiento de la solicitud de dictamen de todos los textos que la DGCP planea publicar, y validarlos.
- e) Tener conocimiento de los convenios de coedición con otras editoriales o dependencias culturales.
- f) Determinar la política editorial y atender cualquier otro asunto relacionado con la publicación de obras y su reimpresión

Las atribuciones de los integrantes del Comité son:<sup>57</sup>

Del Presidente: marcar las líneas de la política editorial de la DGCP; ser la vía de comunicación entre el CE y el CEI del Conaculta; presidir la instalación, convocar y presidir las reuniones ordinarias y extraordinarias del CE; encargar al secretario técnico la recepción y seguimiento de las propuestas de publicación; proponer quiénes integrarán el comité y los cambios que se originen en él; notificar a los autores la respuesta a su solicitud de publicación.

Del secretario técnico: convocar, por instrucción del presidente, a las sesiones; participar en la elaboración del Programa Editorial anual; preparar el orden del día; convenir con las casas editoriales y las dependencias culturales las condiciones de coedición; dar seguimiento para que se cumplan los acuerdos tomados por el comité; exponer los criterios y prioridades para la publicación de las obras, tomando en cuenta los recursos económicos autorizados para el Programa Editorial.

Del secretario de Actas: levantar el acta de cada sesión; presentar la propuesta de Programa Editorial; presentar los informes sobre los avances; preparar el paquete de propuestas para su validación.

---

<sup>57</sup> Reglamento del Comité Editorial Interno de la DGCP, artículos 8, 9, 10, 11 y 12.

De los invitados permanentes y especiales: conocer y aprobar las propuestas de publicación; proponer mecanismos que contribuyan al fortalecimiento de la política editorial de la Dirección; conocer y aprobar los dictámenes de los especialistas; analizar asuntos relacionados con la política editorial.

Los acuerdos y resoluciones que emita el Comité se realizarán por votación de mayoría simple. El secretario de actas elabora un acta en la cual se vierten todos los acuerdos y resoluciones, y es avalada con la firma de todos los miembros del Comité que asistieron a la reunión.

En resumen, el Comité Editorial Interno de la DGCP aprueba o desaprueba las propuestas de publicación, cada uno de los miembros puede argumentar por qué un texto es o no pertinente para ser publicado por la Dirección. También comentan sobre el entorno de la cultura en México en general, la información relevante del momento y sobre todo acerca de las políticas culturales del Estado.

Una vez que un título ha sido aprobado por el Comité Editorial Interno de la DGCP, éste debe someterse también al Comité Editorial Interno del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

#### *El Comité Editorial Interno de CNCA*

El Programa Nacional de Cultura 2007-2012 señala como una prioridad de la política cultural estimular y consolidar las industrias culturales para el desarrollo del mercado interno, estableciéndose como modelo de políticas públicas, entre otros, la edición y venta de libros.<sup>58</sup>

En ese contexto y en busca de una mayor transparencia, “de acuerdo con las observaciones y recomendaciones de la Auditoría Superior de la Federación, se ha integrado un Comité Editorial Interno, encargado de dictaminar las propuestas de selección de obras literarias que edita, coedite o adquiera el Consejo”.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Programa Nacional de Cultura 2007-2012, Secretaría de Educación Pública, 2006 (documento en PDF).

<sup>59</sup> *Manual de integración y funcionamiento del Comité Editorial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes*, 2010 (documento interno).

Cualquier propuesta de edición, coedición y adquisición de obras de todas las áreas del Consejo deben ser revisadas y validadas por este comité.

Aunque es el máximo órgano rector de las publicaciones del Consejo, trataremos aquí muy brevemente el funcionamiento del Comité Editorial Interno del Conaculta, a diferencia del Comité Editorial Interno de la DGCP, en el que abundamos por referirse directamente a nuestro objeto de estudio.

El Comité Editorial Interno del Conaculta está integrado por:

- El Presidente del Comité (titular del Conaculta): convoca y preside las reuniones, propone la integración de los grupos de trabajo y emite su voto.
- El Secretario Técnico: propone al presidente del Comité las convocatorias y las órdenes del día, de sesiones ordinarias o extraordinarias; recibe las propuestas de selección de obras; prepara las carpetas correspondientes para cada sesión; redacta el acta de cada sesión y recaba las firmas de los asistentes; da seguimiento a los acuerdos tomados en cada Comité y emite su voto.
- Los Vocales: analizan el orden del día; emiten los comentarios que consideren pertinentes; emiten su voto.
- Los invitados: proporcionan información técnica y administrativa respecto a las propuestas editoriales, tiene derecho a voz pero no a voto.
- Los asesores (Director General Jurídico, Órgano Interno de Control): proporcionan al Comité la orientación necesaria.

Este Comité celebra sesiones ordinarias cada dos meses, y extraordinarias cuando así lo considere necesario su Presidente. Cada participante emite sus propuestas de publicación, organizadas en ediciones propias, coediciones y reediciones. El pleno del Comité comenta y valora cada una de ellas. Cabe destacar que es muy importante que en estas sesiones se incluya la información del costo de la obra en general así como el precio de venta al público.

A cada sesión corresponde un Acta, donde se consigna los nombres y cargos de los asistentes, los asuntos analizados y los acuerdos tomados, entre ellos, los proyectos aprobados y los no aprobados. El Acta, una vez firmada y por lo tanto avalada por los asistentes, tiene valor jurídico y es un documento sustancial para la elaboración de contratos de edición, de coedición o de colaboración, lo cual trataremos más adelante.

Antes de que cada texto sea presentado ante ambos Comités –el de la DGCP en primera instancia y el del Consejo, posteriormente-, cada uno debe contar con su correspondiente dictamen, es decir, la dictaminación es un paso anterior a la presentación en comités. Sin embargo, aquí explicamos primero el funcionamiento de los Comités por ser las instancias rectoras de la política editorial tanto del Consejo como de la DGCP.

#### *2.4.3 Dictámenes*

Como se mencionó líneas arriba, todas las solicitudes y propuestas de publicación que se reciben en la Subdirección de Publicaciones y que a la vez son sometidas a la aprobación del Comité Editorial, deben ser enviadas también a dictamen de un especialista. Esto le da el sustento teórico, científico y asegura la calidad de los textos por publicar.

El procedimiento de dictaminación es previo a la presentación de las propuestas de publicación en el Comité editorial, e inicia desde la recepción del manuscrito original.

- a) Recepción del original: el autor envía el material y éste es recibido por la Subdirección de publicaciones, donde es registrado y se abre un expediente.
- b) El personal de la Subdirección revisa que esté completo, que contenga los datos de contacto del autor.
- c) Conforme la temática, la Subdirección solicita mediante oficio a un especialista en el tema que dictamine el texto. El dictaminador puede seleccionarse mediante estas formas:

- A solicitud expresa de la Subdirección, porque conoce su trayectoria o ha dictaminado anteriormente.
- Por recomendación de alguno de los integrantes del Comité Editorial, especialistas en culturas populares.
- d) Si el especialista acepta dictaminar el texto, la Subdirección le hace llegar el mismo, junto con el oficio correspondiente, y el Formato de Dictamen (ANEXO 4).

A decir de Anna Goycoolea, Subdirectora de Publicaciones, la DGCP por política tiene la obligación de recibir y dar cauce a todas las propuestas independientemente de quien las emita, es decir, los autores pueden ser particulares, investigadores, ciudadanos, estudiantes, etc.

En general el dictamen funciona como un procedimiento para determinar la pertinencia del texto y, primordialmente, si éste es publicable o no. El dictaminador vierte su opinión sobre el escrito, define en qué colección puede publicarse la obra. Si el dictamen es negativo o con cambios obligatorios, sugiere modificaciones para mejorar el texto hacerlo más accesible o profesional. En el dictamen también vierte crítica a la consistencia, estructura, claridad, redacción, organización, la aportación de elementos significativos al conocimiento sobre las culturas populares, su contribución a la conservación y difusión del patrimonio cultural inmaterial, y demás componentes del original.

El resultado del dictamen puede ser:

*Publicable*

*Publicable con cambios*

*No publicable*

Una vez recibido el dictamen, la Subdirección comunica el resultado al autor. Si fue negativo o no publicable, el autor es informado por escrito acerca de las razones. Si es publicable con sugerencias de cambio o con cambios realizados, se le envía al autor una copia del dictamen (sin que conozca el nombre del

dictaminador) para que atienda las observaciones. Por último, si el texto es publicable, se le comunica al autor al mismo tiempo que se le envía el dictamen.

Cuando el autor ha atendido las indicaciones, debe remitir a la Subdirección la última versión del texto en un término no mayor a 30 días. La Subdirección recibe el material (versiones impresas y electrónicas), e integra un expediente por título, donde incluye todos los documentos relacionados con el texto, además de los datos de contacto del autor.

El material dictaminado favorablemente ya es susceptible de ser sometido a Comité Editorial Interno del la DGCP y, aprobado en éste, se presenta en la sesión correspondiente del Comité Editorial Interno del Conaculta. En el apartado anterior ya explicamos la integración y el funcionamiento de ambos.

Cuando el texto ya fue aprobado por el Comité del Consejo, el siguiente paso es entrar en producción, es decir, que empiece con el proceso de edición.

#### *2.4.4 El camino de la edición: de la recepción de originales a la imprenta*

El libro ya está dictaminado y aprobado. El editor<sup>60</sup> debe vigilar que cuente con el expediente integrado: dictámenes, actas de comités, ficha técnica del libro, datos de contacto del autor o autores, breve reseña del texto y versiones impresas y electrónicas del mismo. Es recomendable también integrar en comité cualquier documento relacionado con el título, así como los correos electrónicos donde se haya vertido información relevante del título.

A decir de Anna Goycoolea Artis, subdirectora de Publicaciones, la integración del expediente es vital, “ya que el mayor riesgo que corremos es que, en una auditoría, no se cuente con los documentos que avalen la transparencia del proceso editorial, es decir, que el libro contó con un dictamen, que fue presentado en comité, etcétera”.<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> Función realizada por el titular del Departamento de Publicaciones.

<sup>61</sup> Entrevista realizada el 10 de julio de 2011.

#### 2.4.4.1 Revisión del material

Ahora, el editor debe realizar una primera revisión, sin ser estrictamente lectura ni mucho menos corrección de estilo. Esta revisión consiste en verificar que el material esté completo, que no omita páginas, cuadros, imágenes, fotografías, tablas, anexos mencionados, etc. Además, debe constatar que efectivamente el autor haya aplicado las observaciones hechas por el dictaminador, de lo contrario, establece contacto con el autor para que argumente al respecto. A partir de este punto la comunicación con el autor o coordinador de la obra es constante, lo ideal es que sea rápida y muy frecuente, por correo electrónico, teléfono y quizá personalmente. El editor también revisa la calidad técnica del material, es decir, que las fotos estén en alta resolución, que las tablas, cuadros y gráficas sean lo suficientemente claros, que todos los materiales incluyan la fuente o crédito respectivo.

Al mismo tiempo, el editor comienza con los trámites para la realización de contratos según sea el caso: edición, coedición o colaboración remunerada. Dedicaremos un apartado especial para describir y explicar la importancia de cada una de estas figuras.

Cuando el editor considera que el material está completo y no hay lagunas o ausencias que impidan su correcta edición, puede enviar el texto a corrección de estilo.

#### 2.4.4.2 Corrección de estilo

El editor envía el texto con el corrector de estilo. Desde 2006, la Dirección no tiene correctores “de planta”, es decir que sean parte de la plantilla de la Subdirección. El trabajo se hace mediante la contratación de un proveedor de servicios editoriales, lo cual incluye la corrección de estilo y el diseño.<sup>62</sup>

El contacto entre el editor y el corrector debe ser permanente, directo y lo más expedito posible. Ahora es cuando adquiere mayor relevancia el Manual de estilo

---

<sup>62</sup> Entrevista con Eustaquio Calva Paredes, encargado del departamento de Producción, 8 de julio de 2011.

editorial (que como ya mencionamos se enfoca en unificar criterios de escritura, principalmente, que contribuye al significado y a la transmisión del mensaje). El corrector debe aplicar los criterios editoriales, por lo tanto, es de suma importancia, antes de empezar a corregir, leer por completo el Manual de estilo, pues como bien sabemos, cada casa editorial tiene sus criterios propios; si bien en algunas normas se podrá coincidir, esto no quiere decir que no haya diferencias que puedan crear confusiones. Aprenderlas y no aplicar los criterios de otras casas será primordial, ya que por lo regular los correctores de estilo han trabajado en o para otras editoriales y deben estar al tanto de las normas, en este caso, de la DGCP.

Para el corrector, en una lectura de originales deberá primar la atención en el contenido: detectar errores de estructura profunda, coherencia, gramática (sintaxis, concordancia, manejo de verbos, etcétera) e información errónea en general (nombres mal escritos, datos incorrectos o inexactos); se cuidará asimismo la uniformidad en general, la puntuación, la ortografía, y todas las referencias bibliográficas. Si fuera necesario, se consultarán con el autor las dudas o aclaraciones que surjan; sin dejar de lado, claro está, la aplicación de las normas editoriales de la DGCP.

Cabe mencionar que la corrección se realiza directamente en el archivo electrónico, en el procesador de palabras Word, ya no “a mano” sobre el papel.<sup>63</sup> La herramienta Control de cambios del Word con ella se visualizan todas las modificaciones realizadas. Esta es una función muy útil ya que también permite aceptar o rechazar los cambios realizados.

Respecto al ritmo de trabajo, se considera que una jornada de corrección estándar es de 30 cuartillas por cuatro horas. Según las necesidades y condiciones del proyecto, se le pide al corrector una determinada fecha de entrega, siempre

---

<sup>63</sup> Las tradicionales marcas de corrección se siguen usando en la etapa de revisión de pruebas y pruebas finas.

tomando en cuenta ese promedio, con el cual se esperan un balance adecuado entre calidad y rapidez.

Una vez que el texto está corregido, se envía al editor, quien hace otra revisión a vuelo de pájaro. Verifica que la corrección se haya realizado en todas sus partes, que se haya seguido los lineamientos para citas y bibliografía, y principalmente, que el sentido del discurso se haya mantenido –lo cual es de suma importancia en textos literarios. Si el editor así lo considera, es hora de enviar el texto a formación.

#### 2.4.4.3 Formación de interiores

La formación de interiores es el proceso en el cual el contenido del libro (texto y gráficos) son maquetados digitalmente, es decir organizados, conforme un modelo en particular, en el que todos los elementos armonicen, tanto de tipografía como gráficos.

Al igual que la corrección de estilo, la formación de interiores la realizan diseñadores contratados por honorarios, modalidad mejor conocida como *free lance*; no es una labor presencial, es decir que tampoco los formadores son personal de la DGCP. El formador de interiores es por lo regular un profesional del diseño gráfico, especialista en Desktop Publishing (DTP).

En la mayoría de los casos, las colecciones de la DGCP ya tienen formatos establecidos: tamaño del libro, tamaño de caja, tipos de títulos, etcétera, para mantener la uniformidad así como el estilo gráfico de las publicaciones. No obstante, se busca que la formación sea tanto amable con el lector como innovadora. Por ejemplo, que la tipografía sea vanguardista pero a la vez que no dificulte la lectura.

El formador también diseña portadillas, índice, cornisas, páginas iniciales de capítulo, etc. Todo ello, siguiendo las normas del Manual de estilo. Podría parecer que el formador y el diseñador no necesitan conocer el Manual, ya que de su uso

y aplicación se encargan el editor y el corrector, sin embargo, en la práctica del proceso editorial en la DGCP, se ha visto la conveniencia de que también el diseñador tenga claras las normas y que sea capaz de detectar cuando no se aplican correctamente. Por ejemplo, en el caso de las gráficas o tablas, que el formador por lo regular transcribe y rediseña, es beneficioso que tenga conocimiento sobre qué palabras se acentúan y en qué casos, cuándo ciertas palabras van con cursivas, con mayúsculas, cómo se consigna una fuente, etcétera.

#### 2.4.4.4 Diseño de forros

También se le conoce como diseño de portada, aunque en realidad el forro está compuesto por:

- primera de forros (portada),
- segunda de forros (interior de la portada)
- tercera de forros (interior de la contraportada)
- cuarta de forros (contraportada)
- solapas (en su caso)

El encargado de esta etapa también es, de preferencia, un diseñador gráfico capacitado (puede ser la misma persona a quien se le asignó la formación de interiores). Debe tener contacto permanente con el editor para que este último le dé las indicaciones pertinentes respecto a la intención o mensaje del libro en general, y que sea evidente en la portada. Editor y diseñador deben ser muy cuidadosos de todos los elementos incluidos en los forros; se debe ser en extremo severo con la ortografía y tipografía. Un error de este tipo en la portada puede ser “fatal”. Incluso en los forros debe respetarse el Manual de estilo en todas sus partes.

Por lo regular, en la portada se incluye el título completo del libro y su autor o coordinador; en la contraportada va una corta reseña de la obra (breve texto que

también pasa por un cuidado absoluto). En alguna de las solapas, una reseña curricular mínima del autor o autores (en caso de una obra colectiva esto se omite). El presupuesto asignado a la edición determina si habrá algún elemento en segunda y tercera de forros o si van en blanco.

Luego de que el diseñador presenta dos o tres propuestas de forros, el editor en conjunto con el autor y la Subdirección de Publicaciones eligen la propuesta más adecuada. El diseñador hace los ajustes necesarios indicados y entrega la última versión de los forros al editor.

#### 2.4.4.5 Cuidado de la edición

En este momento, el editor revisa la prueba fina de los interiores del libro. En ella, “pasa lista” a todo el contenido de la obra: pies de página, figuras (ilustraciones, gráficas, cuadros, tablas, fotografías), pies de figuras, índice, bibliografía, anexos. Evalúa la calidad de los gráficos, las fotos deben tener la resolución adecuada, las fuentes deben estar completas, así como los créditos fotográficos. La bibliografía debe seguir el criterio establecido. Pone especial cuidado en los elementos que más saltan a la vista: títulos, cornisas, agradecimientos, epígrafes, cuadros y tablas.

En todo esto el Manual de estilo y la aplicación de lo vertido en él sigue siendo fundamental. Ante cualquier duda, el editor lo consulta como su libro de cabecera.

El editor marca cualquier corrección, por mínima que sea, en esta prueba fina – ahora sí en papel, es una prueba impresa- y la turna de nuevo al formador de interiores para que aplique las observaciones.

De nuevo, el formador envía la prueba al editor, quien coteja que las correcciones estén correctamente vertidas, y si así lo considera, envía la prueba al autor.

#### 2.4.4.6 Visto bueno

El autor puede recibir la prueba para visto bueno ya sea en versión electrónica o impresa. En muchos casos, desde que el autor envió su original dictaminado hasta

que recibe esta prueba, el autor posiblemente ha realizado avances en las investigaciones sobre los temas de su especialidad, o bien, si se trata de géneros literarios, puede ser que haya cambiado su concepción original de cierto elemento, o simplemente que tenga ideas nuevas. Más común, que el panorama o el contexto del tema tratado haya cambiado por un hecho particular en este periodo. Cualquiera que sea el caso, se le pide al autor no modificar sustancialmente el contenido, principalmente porque el texto por publicar es el texto dictaminado favorablemente, una modificación de fondo lo convertiría en otro texto. Además de los costos en tiempo (el proceso sería más tardado) y presupuesto (quizá resulten más páginas). Es permitido actualizar cifras, cambiar algún dato que fue verificado. Y una vez más, nada que pueda contravenir de manera radical al Manual de estilo. No son raras las discusiones entre el autor y el editor debido a diferencias de criterio. Una muy común es la insistencia de los autores por escribir “san”, “santo” o “santa” con mayúscula inicial, por ejemplo “Santa Isabel”, cuando se trata de una referencia directa al personaje religioso. Otro caso particularmente difícil es la diferencia entre “dios” o “Dios” (ver capítulo 3, donde se desarrollarán y argumentarán estos casos).

El autor también evalúa y opina sobre las propuestas de diseño de forros. Antes de iniciar con el diseño, el editor consulta al autor sobre alguna idea en particular o sobre alguna imagen o fotografía —cuyos derechos de autor no representen mayor dificultad— para ilustrar la portada.

Cuando el autor ha dado su visto bueno, el editor vuelve a revisar el material, coteja las modificaciones que haya solicitado el autor y prepara el material por completo para imprenta.

El material es enviado a la imprenta asignada. Al cabo de una semana aproximadamente, son enviadas las llamadas “pruebas azules” de interiores, y las pruebas de color de los forros. Esta es la “última oportunidad” del editor para detectar cualquier error —grave, ya que a partir de este momento las modificaciones implicarán costos en tiempo y recursos—. Sin hacer una lectura profunda, el editor revisa los elementos primordiales del libro: los forros en todas

sus partes, con lupa (literalmente); la página legal (quizá la parte del libro más propensa a errores cuya gravedad podría tener implicaciones legales (en honor a su nombre); portadillas, índice, colofón. Y es el momento ideal para verificar la calidad de impresión de las fotografías y demás gráficos.

Si hay modificaciones, éstas se indican a la imprenta. De lo contrario, el libro está listo para *tirarse*. En unas pocas semanas veremos el largo trabajo de tantas personas reflejado ese objeto de papel.

Hasta aquí realizamos un recorrido pormenorizado por las instancias donde se efectúa el trabajo: la DGCP de Conaculta y las publicaciones que genera a través de su Programa Editorial. También, dimos cuenta de cada una de las etapas del proceso editorial del libro impreso. Vimos ya la importancia de un manual de estilo en ese proceso. En el siguiente capítulo trataremos en concreto de la pertinencia de tal documento para la edición en el caso específico que nos compete.

### **Capítulo 3. Manual de estilo editorial para las publicaciones de la DGCP**

En este capítulo se dará la definición de un manual de estilo y del estilo mismo, así como los objetivos de un documento como ese. Posteriormente, se describe el desarrollo del manual y establece el procedimiento de edición, distribución y registro. Al final se presenta el manual como será publicado.

#### **3.1 Definición de manual de estilo**

¿Qué se entiende por manual de estilo editorial? Es el conjunto de normas lingüísticas y de estilo que una publicación establece (también las agencias informativas, las emisoras de radio y las cadenas de televisión, etc.) para que sus mensajes o textos periodísticos sean más coherentes, más eficaces y más correctos. Es decir, unas normas para que los editores y redactores no tengan problemas a la hora de escribir sus textos y estos tengan una línea homogénea tanto en la presentación formal como en la ortografía de palabras no reguladas por la norma común de la lengua, como por ejemplo las procedentes de otros idiomas. Contempla las abreviaturas, los homónimos, las siglas, la forma de referenciar fuentes, las citas textuales, la bibliografía, etcétera.

Ahora bien como se mencionó, el propósito de este trabajo será la realización de un manual de estilo editorial para la Dirección General de Culturas Populares de Conaculta, que es donde me desarrollo profesionalmente. A continuación esbozaremos las funciones y objetivos de ambas instituciones, el Conaculta, órgano rector de la cultura en México a nivel federal, y en específico la DGCP, que forma parte de éste y que tiene como objetivo principal la salvaguarda y difusión de las manifestaciones de cultura popular e indígena del país.

Algunas de las partes o secciones que puede contener un manual son: Uso de signos ortográficos; Números; Abreviaturas, signos y acrónimos; Mayúsculas o minúsculas; Textos y palabras en lenguas diferentes al español; Supresión y cambio de letras; Prefijos; Tipografía; Cómo citar; Frases de frecuente construcción errónea, etcétera.

### 3.2 ¿Qué es el estilo?

El estilo es el conjunto de características o cualidades que diferencian y distinguen una forma de escribir de otra. “El estilo es el sentido vital, la personalidad transferida al desarrollo oral o escrito del tema”.<sup>64</sup>

En tanto que la redacción y la gramática son instrumentos que sirven para lograr la mejor manera de expresar una idea, “el estilo indica el modo —personal e intransferible— de hacerlo”.<sup>65</sup>

Independientemente del tema que trate el texto, el lenguaje que se emplee deberá siempre mantener todas las reglas y características ortográficas, sintácticas y gramaticales de la lengua española, para que el mensaje pueda ser oportunamente recibido por el lector. Es un error frecuente creer que los textos científicos o técnicos están exentos de toda regla de escritura, motivo por lo cual, en muchos casos, esos escritos se vuelven ininteligibles para el público en general, incluso para los conocedores del tema.

En este punto es clave saber qué se **puede** y qué se **debe** corregir. La respuesta es que será susceptible de corrección todo aquello que:

- ❖ Tenga faltas de ortografía
- ❖ No se ciña a las reglas básicas de la gramática y carezca de concordancia
- ❖ Falle en la puntuación
- ❖ Tenga vicios del lenguaje: redundancias, muletillas
- ❖ No uniformice criterios ortotipográficos: cursivas, altas y bajas, negritas, comillas.

Debe quedar muy claro que en un texto, sea del tema o autor que sea, el lenguaje correctamente estructurado debe prevalecer. Es frecuente enfrentarse ante la postura de ciertos autores que defienden “su estilo” por sobre todas las cosas, a

---

<sup>64</sup> Juan A. Goscaya, en “Redacción y estilo”. Artículo disponible en: <http://www.rppnet.com.ar/redaccionyestilo.htm> (consultado el 2 de septiembre de 2011).

<sup>65</sup> *Ibid.*

pesar de no encontrarse dentro del amplio universo gramatical, ortográfico, sintáctico y lingüístico que caracteriza a nuestro idioma. Por tanto, en estos casos el corrector deberá aplicar las reglas gramaticales y los criterios establecidos en el manual de estilo, con el propósito de que no se propicien ni se justifiquen errores ni ideas confusas en los documentos.

Como se ha mencionado, este trabajo, proyecta la elaboración de un manual de estilo para la edición de publicaciones impresas que contribuya a la formalización del proceso así como a evitar posibles contingencias.

### **3.3 Objetivos del manual de estilo**

El manual servirá para capacitar a todo el personal involucrado en las diferentes etapas del proceso, es decir, editores, correctores, diseñadores, asistentes, técnicos, autoridades, etc., lo cual tendrá beneficios como menor posibilidad de errores, publicaciones de mayor calidad, mayor facilidad en la elaboración de materiales escritos, entre otros.

En términos generales, el manual de estilo puede hacer más eficiente el proceso editorial y será una herramienta indispensable tanto para autores como editores, correctores de estilo, diseñadores, etcétera.

El manual debe ser un documento normativo y unificador de los criterios editoriales de las publicaciones impresas generadas desde la DGCP. Contribuirá a uniformizar los diferentes aspectos estilísticos, ortográficos, gráficos, etcétera, de las publicaciones mediante el respaldo de un manual de estilo.

El manual coadyuva en la tarea del editor, del corrector de estilo, del lector de pruebas, principalmente, y también en la del diseñador, del dictaminador y del propio autor.

La tarea del editor y del corrector de estilo exigen en primer lugar sentido común, además, demanda el conocimiento de las reglas gramaticales inherentes a cualquier lengua, así como de las características tipográficas que debe observar

cada parte del libro, e igualmente reclama fidelidad a los autores cuyas obras serán corregidas.

### **3.4 Desarrollo del manual de estilo**

La presente se trata de una versión original del manual, es decir, de elaboración propia, es la principal propuesta de este trabajo y que recogerá la experiencia propia y la del trabajo colectivo.

El desarrollo del manual de estilo sigue en términos generales las mismas etapas del proceso editorial descrito en el capítulo 2 de este trabajo:

- ❖ *Entrega del original*: el texto en formato Word, completo y terminado, es revisado y dictaminado. En este caso, por la cadena de mando correspondiente: Jefe de Departamento, Subdirectora y Directora General. Cabe mencionar que este dictamen interno favorable ocurrió en septiembre de 2011.
- ❖ *Aprobación en Comité Editorial de la DGCP*: El 14 de septiembre de 2011 se llevó a cabo la Segunda Sesión 2011 del Comité Editorial de la DGCP. En el punto Asuntos generales de la orden del día, se incluyó la presentación del Manual de estilo. Los miembros aprobaron por unanimidad la edición del manual, lo cual se consignó en el Acta respectiva.<sup>66</sup>
- ❖ *Corrección de estilo*: realizada por el personal del Departamento de Publicaciones.
- ❖ *Diseño y formación*: realizadas por el personal del Departamento de Publicaciones.
- ❖ *Revisión de pruebas*: realizada por el personal del Departamento de Publicaciones.

---

<sup>66</sup> Debido a que no se trata en estricto de un título del Programa Editorial, el manual no será sometido a aprobación del Comité Editorial del Conaculta, pero sí se informará de su publicación en la sesión más próxima luego de la entrega de los ejemplares.

- ❖ *Cotización*: solicitada a la imprenta Gráfica, Creatividad y Diseño, S.A. de C.V., empresa ganadora de la licitación correspondiente al Programa Editorial 2013.
- ❖ *Revisión fina*: por el personal del Departamento de Publicaciones.
- ❖ *Vistos buenos*
- ❖ *Impresión*

### *Registro y aspectos legales*

Debido a que la autoría de este manual es propia, es decir, que fue elaborado por una trabajadora del Consejo, no es legalmente válido realizar un contrato de edición correspondiente a autoría, tampoco, por lo tanto, aplica retribución económica alguna ni en especie.

Por otro lado, el material sí será registrado ante el Instituto Nacional de Derechos de Autor (INDAUTOR), a nombre de la autora y a través de la UNAM, con lo que se obtendrá la constancia correspondiente y quedarán así registrados y salvaguardados los derechos morales.

Asimismo, será solicitado el ISBN de la obra. Los registros los realiza la Agencia de ISBN operada por INDAUTOR. Conaculta cuenta con una oficina de ISBN para solicitarlos. En el Anexo 5 se podrá ver el formato necesario para el registro de ISBN.

### *Distribución*

El Manual de estilo será de distribución gratuita por tratarse de un documento utilitario, de uso principalmente interno (respecto al trabajo editorial que corresponde a la DGCP, aunque los usuarios del manual, como ya se ha mencionado, no necesariamente sean empleados o colaboradores de la Dirección, por ejemplo los autores o los dictaminadores). Por lo tanto, no se registrará precio de venta al público ni será distribuido para su venta en las Librerías Educal.

La distribución irá del interior al exterior. Se comenzará presentando y entregando ejemplares a cada uno de los integrantes de la Subdirección de Publicaciones,

posteriormente, a los colaboradores externos, es decir, correctores de estilo, formadores y diseñadores; luego a los autores (que en ese momento estén realizando material para la Dirección), dictaminadores y especialistas.

Luego, se dará a conocer el manual al Departamento de Difusión Cultural, para que los criterios sean aplicados en los folletos, trípticos, carteles, boletines, comunicados y todos los materiales (impresos y electrónicos) con los que difunde las labores de la Dirección.

En un segundo momento, el manual será puesto a disposición del resto de las áreas de la Dirección, tanto de operación de proyectos como administrativas.

Al mismo tiempo, la versión electrónica (PDF) del manual será enviada a las 46 Unidades Regionales de la DGCP de todo el país. Asimismo, se establecerá una estrategia con la Subdirección del Pacmyc (Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias) para que los titulares de proyectos destinados a la elaboración de libros cuenten con este manual.

En todo momento se propone que el manual sea entregado a quien lo solicite. Los nuevos autores o colaboradores que se acerquen a la Dirección sin duda deberán conocer el material desde un principio.

## Formato

El manual de estilo tendrá las siguientes características físicas:

Tiraje	2,000 ejemplares	
Tamaño	17 x 21 cm	
Impresión	Interiores: 1x1 tintas	Forros: Selección de color Plastificado mate
Papel	Interiores: Couché mate de 135 gr.	Forros: Cartulina sulfatada de 12 pts.
Acabado	Wire-o metálico	
Número de páginas	40	

Este formato de tipo cuadernillo permite la facilidad en el manejo. El espiral o *wire-o* lo hacen práctico en la lectura. El papel tanto de interiores como de forros es de alta calidad y le brindan una presentación atractiva y formal.

A continuación se incluye la cotización del trabajo. Cabe destacar que el costo total de la edición es de 56,028 pesos, con un precio unitario de 24.15 pesos, lo cual no es oneroso para la Dirección, y será mayor la retribución que generará respecto a la calidad y claridad de los libros y demás materiales.

## Cotización de: Manual de estilo para las publicaciones de la DGCP



México, D.F., a 30 de agosto de 2012

**LICITACION: CONACULTALPN/LA-011H00001-N11-2011**  
**PARTIDA: 3.6**  
**DIRECCION GRAL DE CULTURAS POPULARES**  
**ORD SERVICIO: 0**

**CANTIDAD 2000**

**MANUAL DE ESTILO:** Impresión de interiores en Couche mate de 135 gramos a 1x1 tintas, impresión de forros en selección de color más plastificado mate sobre cartulina sulfatada de 12 puntos, acabado en wire-o metálico, al tamaño final de 17 x 21 centímetros

	No. Referencia	Cantidad	Precio unit. Tabulador	Importe
Salida neg.4 tinta 19x23x56	A9	24472	0.05	1,223.60
Plotter por cm. 19x23x56	B8	24472	0.10	2,447.20
Salida neg. 4 tinta 19x24x4 forro frente	A9	1824	0.05	91.20
Plotter de alta def. x cm.2 88x24	B8	504	0.10	50.40
laminas presensibilizadas interior	C3.1	7	130.00	910.00
tiro primer millar interior	C3.2	7	250.00	1,750.00
tiro millar adicional interior	C3.3	7	100.00	700.00
laminas presensibilizadas forro fte	C2.1	4	280.00	1,120.00
tiro primer millar forro	C2.2	4	480.00	1,920.00
tiro millar adicional forro	C2.3	4	180.00	720.00
laminado mate al frente	D2	412.8	4.00	1,651.20
Encuadernacion con wire-o metálico	E1	2000	4.00	8,000.00
empaque kraft	I1	200	10.00	2,000.00
				<b>22,583.60</b>
Couche mate 70x95 de 135 gr.		7700	2.858	22,006.60
Sulfatada 1/c 70x95 de 12 pts.		800	6.170	3,702.00
				<b>48,292.20</b>
precio unitario	<b>24.15</b>	precio total		<b>48,300.00</b>
		más 16% I.V.A		<b>7,728.00</b>
		NETO		<b>56,028.00</b>

JOSE ANTONIO LAGUNA CASTRO  
1.038

Enseguida, podemos ver el manual tal como se tiene proyectado para su publicación.

Cabe mencionar que la versión electrónica será en formato PDF, optimizado para que sea un archivo ligero y fácilmente descargable. No tendrá candados para la impresión, pero sí para la edición. Es decir, el lector lo podrá imprimir mas no modificar. Esta versión electrónica y las características mencionadas se solicitarán al diseñador.

El documento es la propuesta formal de esta tesina, se espera que de inmediato se dé paso a su aplicación y los objetivos sean cumplidos a corto plazo.



# Manual de estilo editorial

Dirección General  
de Culturas  
Populares

 **CONACULTA**

***Manual de estilo editorial***

Primera edición: 2013

Producción: CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES  
Dirección General de Culturas Populares

D.R. © 2013 Katia Vanessa López González  
Universidad Nacional Autónoma de México

Dirección General de Culturas Populares  
Av. Paseo de la Reforma 175, 12° piso  
Col. Cuauhtémoc, C.P. 06500  
México, D.F.

ISBN: en trámite

Impreso y hecho en México

## **MANUAL DE ESTILO EDITORIAL**

Dirección General de Culturas Populares  
Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

Toda casa editora, sea ésta privada, gubernamental o educativa, cuenta con un Manual de estilo editorial, y la Dirección General de Culturas Populares no es la excepción.

El presente es un Manual de estilo en el que vertimos los casos que consideramos más representativos del trabajo de corrección y normativa ortotipográfica. No son las únicas normas ni serán inamovibles. Son útiles, se mantienen vigentes y son aprobadas por el Comité Editorial de la Dirección.

Esperamos que sean de utilidad para la realización de trabajos de toda índole.

Iconografía de portada: Ramírez Garayzar, Amalia (coord.), *Geometrías de la imaginación. Diseño e iconografía de Michoacán*, México, DGCP/Universidad Latina de América, 2007, p. 59.

**Clave:** PZ03. **Nombre:** caracol doble espiral. **Lugar:** Morelia. **Soporte:** cajete.

## Índice

Bibliografía.....	5
Citas.....	6
Cursivas.....	6
Comillas.....	7
Abreviaturas y siglas.....	7
Acentos.....	8
Altas y bajas.....	10
Números.....	12
Prefijos.....	12
Signos de puntuación.....	13
Internet.....	14
Direcciones y teléfonos.....	14
Fechas.....	14
Otras consideraciones.....	15

## ❖ Bibliografía

La bibliografía será consignada al final del texto en sistema Harvard. La entrada se organizará alfabéticamente por el primer apellido:

### **Apellido(s), Nombre (s) en negritas**

Año “Título del artículo entre comillas”, en (Apellido y Nombre del autor del libro, en caso de ser distinto al autor del artículo), *Título del libro en cursivas*, Lugar de edición, Editorial, páginas consultadas o páginas totales del libro.

Ejemplo:

### **Lozano, Jorge**

1979 “Introducción a Lotman y la Escuela de Tartu”, en Lotman, Iuri, *Semiótica de la Cultura*, Madrid, Cátedra, pp. 12-30.

En caso de obras con más de un autor: se consignarán sólo los dos primeros y se escribirá *et al.* (locución latina que significa “y otros”):

### **Balaban, Mira; Kemal Ebciogulu et al.**

1992 *Understanding Music with AI: Perspectives on Music Cognition*, Cambridge, MIT Press.

En el caso de un mismo autor con más de una obra, éstas se organizarán cronológicamente. Si el mismo autor tiene varias obras del mismo año, se ordenarán alfabéticamente.

*Op. cit.*, tratándose de latín, va en *cursivas*. Se utiliza para decir “obra citada”. Por ejemplo: *Sánchez [op. cit.:55]*.

Usar *ibid.* como abreviatura de *Ibidem*, “en el mismo lugar”. Se utiliza para decir *mismo autor y misma obra* (que la nota anterior). Si la página no es la misma que la anterior, agregarla: *ibid.:25*

*Varios autores* se abreviará *VV. AA.*; *et al.* es la abreviatura de *y otros*.

Sustituir *cfr.*, abreviación de *confrontar*, por *v.* abreviación de *véase*.

## ❖ Citas

Las referencias bibliográficas dentro del texto se harán en sistema Harvard, por lo cual no se consignarán notas bibliográficas a pie de página. Procuraremos que las citas incluyan la fuente con datos completos utilizando el sistema Harvard, por ejemplo: [Gómez, 2000:95] [apellido del autor, año de su obra:página (s)]

Las citas de tres líneas o menos quedan dentro del párrafo, entrecomilladas.

Las citas de más de tres líneas van a bando y se eliminan las comillas. Se compondrán en 10 puntos.

El punto, la coma, el punto y coma y los dos puntos van fuera de las comillas; los signos de interrogación y de admiración van dentro. Las llamadas a nota de pie de página van fuera del punto, de la coma o del punto y coma.

Si la cita inicia en mayúscula, o incluye algún punto y seguido, entonces el punto final va dentro de las comillas.

## ❖ Cursivas

Usar cursivas para expresiones extranjeras fuera o dentro de citas: *ad hoc.*, *monseur.*

En palabras en cualquier lengua extranjera; o en cualquier lengua indígena no aceptadas en español (excepto los nombres propios).

Cuando se menciona un término (“la palabra *palabra* es un sustantivo”) o cuando se quiere subrayar un matiz especial del término (“lo que se llama razonar fuera de la *bacinica*”).

En títulos de libros, revistas, suplementos, películas, títulos de cuadros, títulos de páginas de internet (no direcciones) y apodos reconocidos y no reconocidos.

En citas en lengua extranjera (si rebasa los tres renglones, llevarla a bando).

En nombres científicos en general: *Felis concolor.*

## ❖ Comillas

Usar comillas en títulos de artículos, capítulos de libros, títulos de poemas, de cuentos y de canciones; en obras teatrales, pictóricas y escultóricas; en títulos de películas, programas de radio y televisión (alta sólo la letra inicial de la primera palabra y la de los nombres propios que contenga).

En las citas de menos de tres renglones que, por lo tanto, permanezcan en el cuerpo del texto.

El orden de las diferentes tipografías de comillas es el siguiente: “ ‘ «» ’ ”.

## ❖ Abreviaturas y siglas

En general, se limitará el uso de abreviaturas.

Se usarán abreviaturas cuando se trate de unidades de medida, de peso, de volumen, etc., que se escribirán sin punto y siempre en singular; además, en bajas y redondas.

Presidente, alcalde, director, tesorero, auditor, secretario, maestro, profesor, doctor, licenciado y demás títulos o cargos siempre se escribirán desatados (*doctor Juan Ramón de la Fuente; secretario de prensa*).

Usar *etc.* abreviado (con punto) excepto cuando la palabra finalice el párrafo.

Componer aC y dC para antes de Cristo y después de Cristo.

Componer siglos y siglas estrictas o iniciales en versalitas (*INAH, siglo XX*); en altas y bajas las abreviaturas o siglas léxicas (*Conaculta, Pemex, Semarnat, Conacyt*).

Siglas de emisoras de radio y televisión en versalitas (*XHTV, WFM*).

La primera exposición de cualquier nombre de institución, programa, etcétera, deberá ir seguida de su acrónimo o de sus siglas entre paréntesis; estas últimas deberán estar en versalitas y sin puntos entre cada letra, ejemplo: [...] Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). En sus usos posteriores sólo deberán aparecer las siglas en versalitas o el acrónimo, según sea el caso.

Nunca inventar siglas ni abreviaturas.

## ❖ Acentos

Acentuar todas las palabras que lo requieran, así estén en mayúsculas: *CAPACITACIÓN*,  
*Éste...*

Acentuar pronombres cuando sustituyen al sustantivo. *Este perro. Éste no muerde.*

No acentuar pronombre *aquel* cuando va seguido de los relativos *que* o *quien*.

Acentuar *sólo* cuando se pueda sustituir por el adverbio *únicamente*.

No acentuar *periodo*, aunque sea aceptado indistintamente por la RAE.

No acentuar: *policiaico, priista, elite, icono*.

Generalmente se acentúan las palabras de lengua indígena adquiridas por el castellano:  
*Teotihuacán, náhuatl*. Si el autor las utiliza sin acento, es conveniente respetar su estilo.

Nunca se acentúan: *eso, lo, ti, dio, vio, fue*.

## Palabras con y sin acento ortográfico

Se acentúa			No se acentúa		
Mí	pronombre	<i>¿Es a mí?</i>	Mi	posesivo	<i>Toma mi lápiz.</i>
Tú	pronombre	<i>Tú, ven acá.</i>	Tu	posesivo	<i>Dame tu dirección.</i>
Él	pronombre	<i>Se lo dije a él.</i>	El	artículo	<i>Llegó el correo</i>
Sí	pronombre	<i>Sí quiere.</i> <i>Vuelve en sí.</i>	Si	condición	<i>Te llamará, si quiere.</i>
Sé	verbo saber	<i>Yo sé lo que sé.</i>	Se	pronombre	<i>Se escriben.</i>
Té	nombre	<i>Tomar té.</i>	Te	pronombre	<i>Te lo dije.</i>
Dé	verbo dar	<i>Te dé pena.</i>	De	preposición	<i>Era de paja.</i>
Más	cantidad	<i>Dame más.</i>	Mas	adversativa	<i>Se lo dijo, mas él no oyó.</i>
Aún	todavía	<i>Aún no llega.</i>	Aun	incluso	<i>Todos lo creen, aun Juan.</i>
Sólo	solamente	<i>Sólo él le cree.</i>	Solo	sin compañía	<i>Vive solo.</i>
qué quién cuál cuánto dónde cuándo cómo	interrogativos o exclamativos	<i>¿Quién fue?</i> <i>Dime cómo llegar.</i>	que quien cual cuanto cuyo donde cuando como	relativos	<i>Ésta es la persona de quien te he hablado.</i>
éste ésta ése ésa aquél aquella éstos ésos aquéllos	pronombres	<i>Este lápiz es mío, aquél es tuyo.</i>	este esta ese esa aquel aquella estos esos aquellos	adjetivo	<i>este niño</i> <i>aquella casa</i>

## ❖ **Altas y bajas**

En altas todos los nombres propios.

Usar bajas en todos los nombres comunes (salvo los casos indicados líneas abajo): *iglesia, revolución, presidente, santo* o su abreviatura, *antigüedad...*

Usar bajas en títulos académicos (y nobiliarios): *contador público, rey...*

Usar altas y bajas para nombres de programas, congresos, encuentros e instituciones:  
*Encuentro de Antropología...*

Usar alta en *Estado* para diferenciarlo de entidad federativa

Usar alta en *Iglesia* para diferenciarlo de iglesia (templo).

En el caso de palabras como *Dios, Virgen* o sustantivos que les hagan referencia, como *El Altísimo, o La Purísima*, conviene analizar la intención del autor. Si esta es clara, nos ajustaremos a ella, de lo contrario, decidiremos con base en nuestro criterio. Se aplica la misma norma en el caso de los nombres de fiestas o celebraciones: *día de muertos, semana santa, navidad, día de san Miguel*.

Usar altas en títulos o autoridades cuando sean atribuidos a una persona en particular: *El Ejecutivo*.

En premios, accidentes geográficos, sucesos históricos, épocas históricas y santos, distinguir el nombre común (en baja) del nombre propio (con alta inicial): *premio Nobel, océano Pacífico, sierra Gorda, río Bravo, revolución Mexicana, revolución Rusa, edad Media, san Agustín...*

Altas después de los dos puntos sólo cuando les sigue un nombre propio. “*Los principales municipios son los siguientes: Acolman, Teotihuacán...*”. Y cuando funciona como punto y aparte.

Se escriben con alta los nombres y adjetivos que forman el nombre oficial de una institución, escuela, cuerpo, premio, establecimiento, organismo o lugar: *Museo de Bellas Artes, Casa de Gobierno, Secretaría de Gobernación, Procuraduría General de la República, Monumento a la Revolución, Embajada de los Estados Unidos, Club Rotario, Mar de Cortés*.

Se usa baja para la simple referencia a los sustantivos, sin mencionar su nombre oficial: *museo, secretaría, universidad, procuraduría, facultad, oficina, comité, comisión, nacional, federal, estatal, gobierno, administración, dirección, departamento, embajada* y otras entidades: *Los estudiantes tomaron las instalaciones de la universidad...; el museo está dirigido a los niños.*

\*Palabras como *estado, municipio* y *ciudad* irán con baja. Si forman parte del nombre, en alta: *Estado de México; Ciudad Juárez; el estado de Chihuahua; la ciudad de México.*

\**República, nación, patria, federación* y *país* siempre en baja, excepto cuando formen parte del nombre oficial: *República Mexicana, Estados Unidos Mexicanos.*

\*Nombres de carreras o licenciaturas se escriben en baja: “*Estudié la licenciatura en biología*”; sólo en documentos oficiales e internos, con alta: “*La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la UNAM es la más solicitada*”.

\*Nombres de disciplinas siempre en bajas: *antropología, derecho, psicología.*

\*Cuando se hace referencia específicamente a la Constitución de México, la palabra se escribe con alta; *Constitución de los Estados Unidos Mexicanos.*

\*Puntos cardinales con alta sólo cuando equivalgan a nombres propios: *Atlántico Norte, norte del Atlántico.*

\*Altas en palabras iniciales de épocas históricas, edades geológicas y conflictos bélicos o guerras: *Edad Media, el Renacimiento, el Pleistoceno, Segunda Guerra Mundial, Guerra Fría.*

\*Altas para nombres de astros, constelaciones y cuerpos celestes: *Andrómeda, la Luna, el Sol* (cuando se nombran como astros, no metafóricamente, por ejemplo: “*el sol se refleja en tus ojos*”).

\*Con alta cada palabra de los nombres propios de partidos políticos, pero no para las filosofías políticas ni religiosas, ni para los estilos artísticos: *Partido Revolucionario Institucional, comunismo, liberalismo, churrigueresco, barroco.*

\*Con alta los nombres oficiales de empresas: “*La Coca Cola emplea a 500 mil trabajadores*”; “*Sabritas es una compañía mexicana*”; pero no el “producto” cuyo nombre es de uso común: “*Me tomé una coca-cola*”; “*Lloré tanto que ya no tenía kleenex*”.

\**Señor, señora, señorita, don* y *doña* con bajas.

## ❖ Números

Salvo en tablas, donde va todo con número, componer del 0 al diez con letra; del 11 en adelante, con número. Miles, millones y demás con número y letras: *500 mil, 2 mil 237*, etc. Excepción: un millón, mil (que en sentido estricto sería 1 mil...).

En años (edades) se usará el mismo criterio anterior: *cinco años, 25 años, mil años*.

Las cifras superiores a 1 001 serán separadas por comas entre cada tres dígitos y sólo se utilizará un punto decimal para separar las fracciones: *5,672,309.76*

Porcentajes con el símbolo correspondiente: *25%*; no *25 por ciento*.

Números, no letras, en porcentajes y estadísticas, aunque sean cifras del cero al diez, ejemplos: porcentajes (*8%*), grados de temperatura (*3°C*), velocidades (*25 km/h*), direcciones (*calle Zapote núm. 5*), dimensiones (*5m*), peso (*5 kg*), alturas (*20 m*), proporciones (*10 a 5*), marcadores deportivos (*4-3*), horas (*5:00*), fechas (*4 de abril de 2003*).

Números romanos cuando se trata de reyes, papas, dinastías y siglos (en versalitas): *papa Pío XI*

Si la primera palabra de una oración es un número, se escribirá con letra: “*Treinta y cinco pescadores acudieron a las autoridades*”.

Números de página siempre con número (*página 5*).

Números ordinales separados: *vigésima séptima asamblea*.

## ❖ Prefijos

Separar *ex* del sustantivo: *ex presidente ex presidiario*.

En palabras compuestas con prefijos como multi, auto, co, pre, pluri, semi, extra, etc., éstos siempre irán pegados a la palabra principal, sin guión. Se agregan las letras necesarias.

Ejemplos:

*Autorreconocimiento*

*Multidimensional*

*Antirreelección*

*Preescolar*

*Coautor*

Serán conservadas las vocales y consonantes dobles que gramaticalmente lo exijan: *reemplazar, reeducar, reemprender, reescrito, preeminencia, reelaborado, reelección, reedición, reembolsar, reencarnar, reestreno, reestructurar, reestudiar, transmisión, translúcido, transcripción, transbordar, transoceánico, transferir, transfigurar, transporte, transcurrir, transformar, psicología, pseudónimo, psicométrico, innecesario..*

Pero: *prescrito, trasplantar, trasponer, traspasar, trastocar, trascender, traslación, trasladar, traslapar.*

La pérdida de consonantes se da en: *su[b]scri[p]to, o[b]scuro, su[b]stancia, o[b]scurantismo, en[n]umerar.*

#### ❖ **Signos de puntuación**

Nunca debe escribirse coma (,) antes de raya (—), paréntesis o corchetes [()].

Los corchetes se utilizarán en las transcripciones para indicar lo siguiente:

Que se añadió texto aclaratorio o letras faltantes.

Que en el texto original hay un error o errata, caso en el que dentro de los corchetes se pondrá *sic* (que significa “así”): [sic].

Los signos de interrogación o de admiración si no preceden a una coma, se consideran puntos y por lo tanto cierran la oración, así que no se escribirán puntos después de estos signos. Ejemplo: “¿*Qué futuro le espera? Esta es la principal pregunta.*”

Diferenciar un guión normal, -, como en *económico-político*, de los guiones parentéticos, —, largos, como en *sacó —sin proponérselo— un cuchillo y giró la cabeza cinco veces... por segundo. Así pasaron siete días y ya no supo qué más poner en las normas de estilo editorial.*

## ❖ Internet

Usar *internet* en bajas aunque el diccionario de Word diga lo contrario. El género es ambiguo, pero de preferencia utilizar masculino.

Omitir *http://* en las direcciones de páginas de internet, salvo cuando la dirección no incluya la secuencia *www* (por ejemplo *http://fulanos.blogspot.com*)

Las ligas o enlaces van en redondas y sin puntos:

Correo electrónico: [pedro\\_perez@correo.com](mailto:pedro_perez@correo.com)

Sitio en internet: [www.unam.mx](http://www.unam.mx)

En la Bibliografía, si fue consultado un número considerable de sitios, portales, páginas o cualquier otra información de internet, en la bibliografía ordenarlos en un apartado diferente, cuyo título sea, precisamente, Internet.

## ❖ Direcciones y teléfonos

Las direcciones se escribirán en el siguiente orden: Calle, número, número interior, colonia, delegación, municipio o ciudad, estado, código postal, país (si es necesario).

Las palabras *colonia*, *fraccionamiento*, *avenida* y *bulevar* deben ir en bajas.

Los teléfonos se escribirán divididos por un guión cada cuatro dígitos; las claves de larga distancia y prefijos de celulares se escribirán entre paréntesis y sin espacios antes del número local; la palabra se abreviará *ext.* (plural *Ext.*). Si hay más de un número telefónico, se separarán por comas: 5606-0330, 5666-3228.

## ❖ Fechas

Días y meses siempre en bajas. Los números de los días con número

Las horas con número de dos dígitos para la hora y dos dígitos para los minutos, separados por dos puntos. Se usará notación de 24 horas.

## Otras consideraciones

Usar *quizás* cuando el siguiente fonema sea una vocal: *quizás aquí hay gato encerrado*; *quizá* si lo que sigue es una consonante

*Estadounidense* es el gentilicio de Estados Unidos.

Usar *folclor*, voz aceptada en América Latina, no *folclore* (usual en España) ni *folklore* por ser anglicismo.

Las décadas se consignan en singular y con letras: *los años ochenta*; *los noventa*.

Usar los nombres de países y ciudades en español: Nueva York, no New York; Francfort, no Frankfurt.

Los siguientes términos se consignarán de la siguiente forma:

- Patrimonio Cultural Inmaterial (puede abreviarse como PCI)
- Festividad Indígena de Día de Muertos (al ser así nombrada por la UNESCO).
- danza de Los Matachines; danza de Los Viejitos, etcétera.

*Manual de estilo editorial*  
—con un tiraje de 2 000 ejemplares—  
lo terminó de imprimir la Dirección General de Culturas Populares  
del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes  
en los talleres de Gráfica, Creatividad y Diseño S.A. de C.V.,  
Av. Plutarco Elías Calles 1321, Col. Miravalle  
Delegación Benito Juárez, México, D.F. C.P. 03580,  
Tel.: 5672 4075  
En el mes de diciembre de 2013

Cuidado de la edición:  
Subdirección de Publicaciones  
de la Dirección General de Culturas Populares

## **Conclusiones**

Un trabajo que, como se dijo en el Capítulo 3, está siempre en alimentación, abierto a la ampliación y a la suma de detalles, a la constante búsqueda de nuevos argumentos y de un mayor nivel de profundidad, sobre todo, no sujeto a una inmovilidad rigorista, no es fácil de ultimar.

El manual de estilo aquí presentado siguió los mismos pasos del proceso editorial de un libro impreso. Fue planeado, escrito, corregido, diagramado, diseñado, revisado, registrado y distribuido. Se logró la edición del manual, a la vez de que el trabajo generó diversas conclusiones que sin duda refrendan la importancia de este documento, sobre todo su aplicación.

La creación del manual de estilo, como documento unificador, es un instrumento eficaz para dar solución a los problemas de formalización y uniformidad planteados al inicio del trabajo. Esto derivó en la producción editorial de mejor calidad y evitó contingencias y errores.

Se dio solución a dificultades como ausencia de criterios ortográficos y de estilo, así como tipográficos.

Fue creado un vínculo entre todos los participantes del proceso editorial, según sus diferentes roles, guiados todos ellos por el editor y por el manual de estilo: autor, dictaminador, corrector, diseñador, formador, e incluso, los funcionarios de la DGCP cuyos cargos y funciones intervienen en la ejecución del Programa Editorial.

Asimismo, al detallarse durante este trabajo el proceso editorial, en el caso específico de libros de la DGCP, en sus diferentes etapas, desde la recepción de los originales, la edición, hasta la distribución de los títulos, se confirmó la relevancia de cada una de las fases del proceso. Estas forman eslabones, una sin la otra no completan la cadena, el proceso se trunca y no se logran los objetivos.

Por ello, se confirmó la relevancia del proceso editorial como un medio para el manejo y transmisión de la información de manera correcta.

También, se confirmó al libro como el producto más acabado de la cultura humana, carácter que conserva no obstante las transformaciones que ha vivido, hasta llegar al libro electrónico.

Se constató la importancia del circuito editorial en el que cada etapa es importante para la armonía de todo el proceso, desde que el autor alista su original hasta que el libro es impreso.

En ese proceso, el editor tiene el rol de mayor responsabilidad, y para el que se requieren habilidades específicas que le permitan conocer cada una de las fases. El editor organiza el libro en cada una de sus partes.

Por otra parte, la Dirección General de Culturas Populares, del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, es la institución encargada de la preservación y difusión de la cultura popular del país, así como de todos los ámbitos del Patrimonio Cultural Inmaterial. Con ese carácter, su producción editorial debe marcar la pauta acerca de los materiales de difusión que genera para cumplir sus propósitos, entre ellos, la publicación de libros. Así, el proceso editorial en la DGCP debe contar con todos los procedimientos, documentos y herramientas necesarias para producir libros de gran calidad, uno de los cuales es el manual de estilo editorial.

En este trabajo, se dio a conocer qué es y en qué consiste un manual de estilo y confirmó que la carencia de este documento genera problemas diversos y redundante en materiales sin coherencia y uniformidad, poco atractivos, poco fiables y muy propensos a errores.

No cabe duda de que el manual podrá ser aplicado en todos los materiales de difusión generados por la Dirección (folletos, carteles, invitaciones, página en Internet, comunicados, publicaciones de las Unidades Regionales y Estatales de Culturas Populares, y publicaciones de los Programas Pacmyc y Prodicti, etc.);

En términos generales, el manual de estilo puede hacer más eficiente el proceso editorial y se pretende que sea una herramienta indispensable tanto para todos los involucrados en el proceso editorial.

Por otro lado, la elaboración de la tesina fue posible combinarla con el trabajo en el ámbito profesional, de donde, de hecho, emanó. Más allá de la necesidad de presentar el trabajo recepcional, una de las intenciones —más personales, y quizá en un principio involuntaria— fue llevar a cabo el proyecto bajo los criterios universitarios, no tanto conforme los requerimientos laborales. Es decir, fue mucho más provechoso y al parecer enriquecedor, seguir lineamientos académicos, por ejemplo, precisión al citar fuentes, establecer una metodología, sustentarse con teorías y autores destacados, etc. El mismo trabajo, de haber sido realizado exclusivamente con un fin laboral, no habría tenido el mismo espíritu humanista, sin fines de lucro, sino que habría sido quizá rebasado por la burocracia, la falta de recursos, los procedimientos estrictos respecto a fechas y formas de entrega, etcétera.

Al respecto, se puede también concluir que el proceso editorial en la DGCP, si bien contempla todo lo necesario para que se generen publicaciones de gran calidad, no había dado seguimiento, hasta ahora, a la edición de un manual de estilo. Anteriormente, el trabajo se realizaba conforme lineamientos no escritos, en muchas ocasiones gracias al “callo” y la experiencia de los editores que se han encargado de las publicaciones de la Dirección, sin contar con una guía formal.

El proceso editorial en la DGCP es sin duda perfectible. Las principales barreras que impiden su óptimo funcionamiento son la falta de recursos, cosa común en el sector público, sobre todo en las instituciones de cultura; otra, la constante rotación de personal, que ha impedido el seguimiento de proyectos.

No obstante las contrariedades, las colecciones editoriales de la Dirección son de una riqueza y variedad impresionantes, como pudimos ver en la reseña de cada una de las colecciones y en los ejemplos de sus títulos. La DGCP es de las pocas

instituciones públicas que se dedica a la preservación de la cultura popular y del patrimonio cultural inmaterial del país.

Y qué mejor paso adelante para la consolidación del Programa Editorial de la Dirección, que la presentación de un manual de estilo editorial.

## Bibliografía

**Alsina, Miquel Rodrigo**, *Teorías de la comunicación: ámbitos, metas y perspectivas*, España, Universidad de Barcelona, 2001, 186 pp.

**Baena Paz, Guillermina**, *Manual para elaborar trabajos de investigación documental*, México, UNAM, 2002, 124 pp.

**Blanco Moreno, Teresa (coord.)**, *Culturas populares. Recuento en siete voces*, México, DGCP-Conaculta, 2006, 184 pp.

**Boretto, Mónica M.**, *Contratos de edición: guía de licencias y cesión de derechos, derechos de autor, E-books y el entorno digital*, Montevideo, B de F / Euros, 2010, 422 p.

**Cavaliere, Alessandro**, *El libro impreso y el libro digital: estudio sobre los modos de producción editorial en el cambio de milenio*, San Vicente del Raspeig, Universidad de Alicante, 2005, 82 pp.

**Chávez Meza, Pablo**, *Propuesta de un manual de estilo para el periódico La Prensa*, México, Tesis de Licenciatura (Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva), UNAM, Facultad de Estudios Superiores Acatlán, 2005.

**Davies, Gill**, *Gestión de proyectos editoriales*, México, FCE, 2005, 200 pp.

**De la Torre Villar, Ernesto**, *Breve historia del libro en México*, México, UNAM, 2009, 215 pp.

\_\_\_\_\_ *Elogio y defensa del libro*, México, UNAM, 1999, 87 pp.

**DGCP, Dirección General de Culturas Populares. 30 años**, México, DGCP-Conaculta, 2008, 24 pp.

**Galina, Isabel y Cristian Ordoñez**, *Introducción a la edición digital*, México, UNAM, 2007, 128 pp.

**González Reyna, Susana**, *Manual de redacción e investigación documental*, Trillas, México, 2003, 200 pp.

**Hernández Sampieri et al.**, *Metodología de la investigación*, México, McGraw Hill, 1995.

**Hernando Cuadrado, Luis Alberto**, *Introducción a la teoría y estructura del lenguaje*, Madrid, Verbum, 2005.

**Kohan, Silvia Adela**, *Claves para publicar tu libro*, Madrid, Espasa Calpe, 2003, 158 pp.

**Maqueda Serrano, Enriqueta**, *El sinuoso camino de la edición: revistas, historietas y libros*, tesis de licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva, México, UNAM, 2007.

**Moreno de Alba, José G.**, *Minucias del lenguaje* México, Océano, 1987, p. 120.

**Méndez Rubio, Antonio**, *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*, España, Universitat de Valencia, 2004, 200 pp.

**Ocampo García, Esau Efraín**, *Propuesta de manual de estilo para la Agencia Universitaria de Noticias, AUNAM, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales*, México, Tesis de Licenciatura (Licenciado en Ciencias de la Comunicación)-UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2004.

**Pereyra Rodríguez, Luz Elena**, *Ediciones informatizadas (revistas)*, tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, México, UNAM, FCPyS, 2002.

**Plotnik, Arthur**, *Los elementos de la edición: Una guía moderna para editores y periodistas*, Mexico, Publigráficos, 1989, 194 pp.

**Reyes Coria, Bulmaro**, *Metalibro: manual del libro en la imprenta*, México, UNAM, 2008, 134 pp.

**Rodríguez Cortés, Raúl Antonio**, *Telenoticias: la construcción de un noticiario de televisión (Manual de redacción, estilo y producción)*, México, Tesis Licenciatura (Licenciado en Ciencias de la Comunicación)-UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2008.

**Seco, Manuel**, *Gramática esencial del español*, México, Espasa Calpe, 1995, 416 pp.

**Sharpe, Leslie e Irene Gunther**, *Manual de edición literaria y no literaria*, México, Librería: Fondo de Cultura Económica, 2005, 184 pp.

**Leandro de Sagastizabal, Fernando Esteves Fros** (comps.), *El Mundo de la edición de libros: un libro de divulgación sobre la actividad editorial para autores*,

*profesionales del sector y lectores en general*, Buenos Aires, Paidós, 2002, 268 pp.

**Senz Bueno, Silvia**, Normas de presentación de originales para la edición: originales de autoría y originales de traducción, Gijón, Asturias, Trea, 2001, 123 pp.

**Toral Martínez, Esperanza del**, Propuesta de manual de estilo para la *Revista Secretaría de Marina-Armada de México*, Tesis de Licenciatura (Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva)-UNAM, Facultad de Estudios Superiores Acatlan, 2005.

**Torres Vargas, Haydee Noemí**, *Propuesta de manual de estilo para periodistas de agencias informativas en español*, Tesis de Licenciatura (Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva)-UNAM, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, 2004.

**Zavala, Lauro**, *De la investigación al libro. Estudios y crónicas de bibliofilia*, México, UNAM, 2007, 168 pp.

**Zavala, Roberto**, *El libro y sus orillas*, México, UNAM, 2002, pp. 398.

## Internet

Joel González Cisneros, "México, rezagado en la industria editorial", en *El Universal*, Sección Sociedad, 22 de abril de 2010 (En: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/592910.html>, consultado el 19 de junio de 2011, 14:00 hrs).

Real Academia de la Lengua Española: [www.rae.es](http://www.rae.es) (consulta: 12 de mayo de 2011).

Sonia Sierra, "Entre el 70 y 75% de la producción editorial del país está en manos del Estado: Caniem", en *El Universal*, sección Letras +Artes, 1 de diciembre de 2010 (en <http://www.eluniversal.com.mx/cultura/64326.html>, consultado el 19 de junio de 2011, 14:00 hrs).

UNESCO, *Recomendación sobre la Normalización internacional de las Estadísticas relativas a la Edición de Libros y Publicaciones Periódicas*, 19 de noviembre de 1964. En: <https://portal.unesco.org/es>. Consultado el 10 de mayo de 2011.

“¿Qué es la Dirección General de Culturas Populares e Indígenas?”, en [http://www.nacionmulticultural.unam.mx/100preguntas/pregunta.html?c\\_pre=66&tema=166](http://www.nacionmulticultural.unam.mx/100preguntas/pregunta.html?c_pre=66&tema=166) (consultado el 28 de julio de 2011).

Conaculta: [www.conaculta.gob.mx](http://www.conaculta.gob.mx) (consulta: 15 de mayo de 2011)

DGCP: [www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx](http://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx) (consulta: 12 de mayo de 2011)

Dirección General de Publicaciones de Conaculta: [www.conaculta.gob.mx/dgp/](http://www.conaculta.gob.mx/dgp/) (consulta: 13 de mayo de 2011)

Edición y derecho de autor en las publicaciones de la UNAM: [www.edicion.unam.mx](http://www.edicion.unam.mx) (consulta: 12 de mayo de 2011)

### **Leyes y documentos**

Guía para autores de libros: quehacer editorial politécnico, México, IPN, 1994, 145 pp.

Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, 2008, 27 pp.

Ley Federal del Derecho de Autor, Última reforma publicada en el DOF, 23 de julio de 2003, 47 pp.

Manual de estilo. Dirección General de Publicaciones, Conaculta, 2008, 55 pp.

Manual de lenguaje claro, Secretaría de la Función Pública, 2007.

Manual de integración y funcionamiento del Comité Editorial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2010 (documento interno).

Normas de estilo editorial. Departamento de Publicaciones de la ENAH, INAH, 2008, 36 pp.

Plan Nacional de Cultura 2007-2012, México, Conaculta, 2007.

Programa Nacional de Lectura, SEP, 2009.

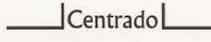
DGCP, Objetivos del Programa Editorial, presentado ante el Comité del CNCA (documento interno).

Propuesta para la selección de obras de la DGCP (documento interno, presentado ante Comité Editorial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, en su Sexta Sesión Ordinaria, 10 de diciembre de 2010).

Reglamento del Comité Editorial Interno de la DGCP.

UNESCO, Recomendación sobre la Normalización internacional de las Estadísticas *relativas a la Edición de Libros y Publicaciones Periódicas*, 19 de noviembre de 1964. En: [https:// portal.unesco.org/es](https://portal.unesco.org/es).

## ANEXO 1. Símbolos utilizados en la corrección de estilo y de pruebas

	Quitar		Líneas en block o justificadas
	Altas		Líneas cargadas a la izquierda
	Bajas		Líneas cargadas a la derecha
	Sangría		Líneas centradas
	Letras cursivas o itálicas		Centrado
	Letras bold o negras		Líneas izquierda/derecha
	Versalitas		Justificación vertical
	Continuar en una sola línea		Abrir
	Mover		Cerrar
	Vale lo tachado		Sin cortar palabra
	Quitar cursivas		Cambiar orden del texto
	Quitar negritas		Sustituir
	Espacio entre párrafos después de punto y aparte		Llamadas
	Suprimir el acento		Corte de línea
	Subíndice		Párrafo francés
	Voladito o exponente		A bando
	Poner coma o punto y coma		Marcar callejones
	Poner punto o dos puntos		Capitular
	Insertar		Pica o cuadratín

## **ANEXO 2. Instituciones que apoyan a las culturas populares e indígenas**

### **DIRECCIÓN GENERAL DE CULTURAS POPULARES E INDÍGENAS- CONACULTA**

Objetivo: fomentar la preservación y la difusión de las manifestaciones populares, urbanas, rurales e indígenas. Contribuye a la creación de condiciones sociales e institucionales que posibiliten el diálogo intercultural respetuoso y armónico, en el que se exprese toda la riqueza y diversidad cultural de nuestro país indígenas (Fuente: [www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx](http://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx), consultado el 1 de mayo de 2011).

### **COMISIÓN NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS (CDI)**

Objetivo: orientar, coordinar, promover, apoyar, fomentar, dar seguimiento y evaluar los programas, proyectos y estrategias y acciones públicas para el desarrollo integral y sustentable e los pueblos y comunidades indígenas (Fuente: [www.cdi.gob.mx](http://www.cdi.gob.mx) , consultado el 27 de septiembre de 2011).

### **INSTITUTO NACIONAL DE LENGUAS INDÍGENAS (INALI)-SEP**

Objetivo: promover el fortalecimiento, la preservación y el desarrollo de las lenguas indígenas que se hablan en el territorio nacional. (Fuente: [www.inali.gob.mx](http://www.inali.gob.mx) , consultado el 27 de septiembre de 2011).

### **DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN INDÍGENA (DGEI)-SEP**

Objetivo: responsable de que las entidades federativas ofrezcan a la población indígena una educación inicial y básica de calidad con equidad en el marco de la diversidad (...) y les permita desarrollar competencias para participar con éxito en los ámbitos que demanda la sociedad del conocimiento (Fuente: <http://basica.sep.gob.mx/dgei/>, consultado el 27 de septiembre de 2011).

### **COORDINACIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN INTERCULTURAL Y BILINGÜE (CGEIB)-SEP**

Objetivo: contribuir en la construcción de una sociedad más justa y equitativa, mejorando y ampliando las oportunidades educativas de la población indígena y promoviendo relaciones más igualitarias y respetuosas entre los miembros de distintas culturas (Fuente: <http://eib.sep.gob.mx/cgeib/>, consultado el 27 de septiembre de 2011).

## **CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN (CONAPRED)- SEGOB**

Objetivo: institución rectora para promover políticas y medidas tendientes a contribuir al desarrollo cultural y social y avanzar en la inclusión social y garantizar el derecho a la igualdad, que es el primero de los derechos fundamentales de la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos (Fuente: [www.conapred.org.mx](http://www.conapred.org.mx), consultado el 27 de septiembre de 2011).

## **FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS-SEDESOL**

Objetivo: fideicomiso sectoriado que surge como una respuesta a la necesidad de promover la actividad artesanal del país y contribuir así a la generación de un mayor ingreso familiar de los artesanos; mediante su desarrollo humano, social y económico (Fuente: [www.fonart.gob.mx](http://www.fonart.gob.mx), consultado el 27 de septiembre de 2011).

## **INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA (INAH)- CONACULTA**

Objetivo: garantizar la investigación, conservación, protección y difusión del patrimonio prehistórico, arqueológico, antropológico, histórico y paleontológico de México, así como la preservación del patrimonio cultural inmaterial (Fuente: [www.inah.gob.mx](http://www.inah.gob.mx), consultado el 27 de septiembre de 2011).

## ANEXO 3. Programas Editoriales 2012 y 2013 de la DGCP

### PROGRAMA EDITORIAL 2012

	TÍTULO	AUTOR	COLECCIÓN	EDICIÓN
1	<i>Navidades mexicanas</i>	Sonia Iglesias	Fiestas Populares de México	Reimpresión
2	<i>Los últimos dioses</i>	Marceal Méndez	El Guardagujas	Reimpresión
3	<i>Fiestas, peregrinaciones y santuarios en México</i>	Haydée Quiroz Malca	Fiestas Populares de México	Reimpresión
4	<i>Xochimilco, tradiciones y costumbres</i>	Rodolfo Cordero López	Fiestas Populares de México	Reimpresión
5	<i>Geometrías de la imaginación. Diseño e iconografía de Michoacán</i>	Amalia Ramírez (coord.) Coed. Universidad Latina de América	Geometrías de la imaginación	Reimpresión
6	<i>Alfeñique</i>	María Teresa Pomar (coord.)	Arte Popular de México	Reimpresión
7	<i>Recetario del maíz</i>	María Esther Echeverría, Luz Elena Arroyo (coord.)	Cocina indígena y popular (núm. 10)	Reimpresión
8	<i>Recetario indígena del sur de Veracruz</i>	Esperanza Arias Rodríguez, Alfredo Delgado Calderón	Cocina indígena y popular (núm. 11)	Reimpresión
9	<i>El maíz, fundamento de la cultura popular mexicana</i>	Guillermo Bonfil Batalla	Culturas Populares de México	Reimpresión
10	<i>Nos/otros. Arte, cultura e identidad en la frontera México-Estados Unidos</i>	José Manuel Valenzuela Arce	Culturas Populares de México	Propia
11	<i>Recetario tradicional del Distrito Federal</i>	Mauricio Antonio Ávila Serratos	Cocina indígena y popular (núm. 58)	Propia
12	<i>Engranaje culinario. La cocina mexicana en el siglo XIX</i>	José Luis Juárez López	Memoria Histórica	Propia
13	<i>Mi vida, mis viajes, mis vivencias. Siete décadas en la música del mariachi</i>	Miguel Martínez	Culturas Populares de México	Coedición Secretaría de Cultura de Jalisco
14	<i>Vocabulario zapoteco. S. XVI (ed. facsimilar)</i>	Wigberto Jiménez	Memoria histórica	Coedición con Edit. Calamus e INAH
15	<i>Tesoros vivos de Morelos</i>	Fernando E. Hidalgo (coord.)	Culturas Populares de México	Coedición con el Instituto de Cultura de Morelos

16	<i>Welcome Amigos to Tijuana. Graffiti en la Frontera</i>	José Manuel Valenzuela (coord.)	Imágenes del Patrimonio Cultural	Coedición con Editorial R.M. y El Colegio de la Frontera Norte
17	<i>Geometrías de la imaginación. Diseño e iconografía de Colima</i>	Varios	Arte Popular de México	Coedición con la Secretaría de Cultura de Colima
18	<i>Ases de Tierra Caliente (historias de vida)</i>	Isolda Rendón, Alejandro Ostoa et al.	Ediciones de los Programas de Desarrollo Cultural Regional	Propia (Programas Regionales)
19	<i>¡Mi abuela no ha muerto! ¡Viva mi abuela!</i>	Felipe Matías Velasco	Ediciones de los Programas de Desarrollo Cultural Regional (Sotavento)	Propia (Programas Regionales)
20	<i>Maya junp'eel. Método para el aprendizaje del maya</i>	Javier Abelardo Gómez Navarrete	Ediciones de los Programas de Desarrollo Cultural Regional (Maya)	Propia (Programas Regionales)
21	<i>Cuentos en lengua q'anjobal</i>	Mariano Reynaldo Vázquez López (coord.)	Ediciones de los Programas de Desarrollo Cultural Regional (Maya)	Propia (Programas Regionales)
22	<i>Crónica de las aguas</i>	Tomás García Hernández, Gustavo Vergara Ruiz	Programas de Desarrollo Cultural Regional (Sotavento)	Propia (Programas Regionales)
23	<i>El mariachi tradicional. Identidad colimense</i>	Isolda Rendón	Programas de Desarrollo Cultural Regional (Tierra Caliente)	Propia (Programas Regionales)
24	<i>La canción cardenche. Tradición musical de La Laguna</i>	Alfonso Flores Domene (comp.)	Culturas Populares de México	Reedición (UR-Durango)
25	<i>Primera Bienal de Arte Indígena Contemporáneo (catálogo de la exposición)</i>	Programa de Arte Popular	Arte Popular	Propia
26	<i>Selección poética (castellano-zapoteco)</i>	Mikeas Sánchez	Sin colección	Propia
27	<i>Favores insólitos. Exvoto contemporáneo (catálogo de la exposición)</i>	Museo Nacional de Culturas Populares	Sin colección	Propia

## ANEXO 4. Formato de Dictamen



### DICTAMEN DE OBRA

Fecha de envío del texto al dictaminador	
Fecha de entrega del dictamen	

Título de la obra o texto: \_\_\_\_\_

Número de cuartillas en español: \_\_\_\_\_

Número de cuartillas en otro idioma, especifique: \_\_\_\_\_

### Breve descripción de la obra

### Tipo de obra o texto: (MARQUE CON UNA ✓ )

Ensayo	<input type="checkbox"/>	Reseña o testimonio	<input type="checkbox"/>
Investigación estudio	<input type="checkbox"/>	Tradición oral	<input type="checkbox"/>
Estudio	<input type="checkbox"/>	Texto periodístico	<input type="checkbox"/>
Literatura	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>

**Recomendación:** (Indique CON UNA ✓ si el trabajo es:)

Publicable

Publicable con sugerencias de cambios

Publicable con cambios realizados

No publicable

Otro

Especifique:

---



---

**Colección de la DGCP en la que se ubicaría la obra**

<p><b>Arte popular de México</b> Muestra de la diversidad del arte popular mexicano en los distintos ámbitos culturales, destacando saberes y conocimientos de creadores y portadores, procesos de elaboración y mecanismos de protección y continuidad para las siguientes generaciones.</p>	
<p><b>Cocina indígena y popular</b> Promueve la investigación, recopilación y rescate de recetas de cocina indígena y popular por estado, región o pueblo y muestra la importancia de las cocinas tradicionales de México.</p>	
<p><b>Cultura indígena</b> Estudios, ensayos, recopilaciones sobre la diversidad de expresiones y testimonios de la cultura de los distintos pueblos indígenas del país: historia, cosmogonía, música, teatro, danza, artesanías, fiestas, tradiciones y costumbres. Incluye temas como legislación, género, medios de comunicación, derechos humanos y medio ambiente, entre otros.</p>	
<p><b>Culturas populares de México</b> Investigaciones, estudios, testimonios o textos literarios que registran y difunden manifestaciones culturales que se desarrollan en torno a la cultura popular.</p>	
<p><b>Fiestas populares de México</b> Investigaciones, estudios, reseñas, testimonios o monografías relacionadas con las</p>	

fiestas tradicionales de México. Contribuye al conocimiento y difusión de costumbres y tradiciones.	
<b>Lenguas de México</b> Promueve la investigación, rescate y difusión de las lenguas nacionales. Impulsa el uso, escritura y lectura en lenguas indígenas y su traducción al español.	
<b>Letras indígenas contemporáneas</b> Con esta colección se pretende promover la creación literaria (cuento, poesía, teatro, novela) de autores indígenas, en su propia lengua y en español.	
<b>Memoria histórica</b> La DGCP la creó consciente de la importancia de recuperar, promover, investigar y difundir la memoria histórica y la vida cotidiana de los pueblos, comunidades, colonias, barrios, para que la memoria particular y colectiva no se quede en el olvido.	
<b>Pensar la cultura</b> Textos relacionados con investigaciones, estudios, ensayos, monografías, compilaciones, memorias o reseñas sobre temáticas relacionadas con el análisis social o histórico de la cultura popular.	
<b>Recetarios antiguos</b> La gastronomía es una de las tradiciones que más fácilmente nos retrata y que más facetas muestra. Investigación, rescate y difusión de textos relevantes de gastronomía mexicana de los siglos XVIII, XIX y XX.	

**Fundamentación del dictamen de acuerdo a los siguientes criterios:**

- a) Aporta elementos significativos al conocimiento de las culturas populares
- b) Contribuye a la promoción y difusión del patrimonio cultural inmaterial de México.
- c) Es original y/o relevante el tema.
- d) La temática es aplicable dentro de la estructura de las colecciones del Catálogo de publicaciones de la DGCP
- e) Hay consistencia y estructura explícita en la exposición.
- f) Calidad de la redacción

El dictamen de publicación es

favorable  favorable con cambios  desfavorable  por considerar que la obra:

**Observaciones:**

**Cambios y correcciones sugeridos**

--

**Comentarios generales:**

--

**Datos del Dictaminador**

Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	
Correo electrónico:	

Profesión y ocupación:	
Experiencia (síntesis):	

Fecha de emisión del dictamen

Firma del dictaminador

## Anexo 5. Formato de solicitud de ISBN



SECRETARÍA  
DE  
EDUCACIÓN PÚBLICA



### DIRECCION DE RESERVAS DE DERECHOS

CEDULA DE INTEGRACIÓN  
SOLICITUD SUBSECUENTE DE ISBN

No. de Trámite

ISBN-02-A

DEBERÁ LLENAR A MAQUINA O CON LETRA DE MOLDE  
LEGIBLE, SIN TACHADURAS O ENMENDADURAS



### COMPROBACIÓN DEL USO DEL NUMERO ISBN (FICHA CATALOGRAFICA)

1	No. de ISBN relacionado						
	No. de ISBN de la obra completa						
	Título de la obra	Manual de estilo editorial					
	En el caso, título de la obra completa						
	En el caso, título original e idioma de origen						
2	Lugar de Edición	No. de Edición	Fecha de Edición				
	México D.F.	1	01 de Diciembre de 2011				
3	No. de Páginas	No. de Volumen	PRESENTACIÓN DE LA PUBLICACIÓN				
	24	1	Rústica <input checked="" type="checkbox"/>	Disco Flexible <input type="checkbox"/>	Cassette <input type="checkbox"/>	CD <input type="checkbox"/>	Video <input type="checkbox"/>
	No. de Reimpresiones	No. Total de Volúmenes	PASTA				
0	1	Tela <input type="checkbox"/>	Sintética <input type="checkbox"/>	Papel <input checked="" type="checkbox"/>	Piel <input type="checkbox"/>		
4	Tiraje para Distribución		Tamaño en cms.	Tipo de Impresión	Gramaje	Tipo de Papel	
	Nal. <input checked="" type="checkbox"/>	2000	17 por 21	offset	135	couché mate	
	Int. <input type="checkbox"/>						
	¿Existe Coedición?		Fecha de Registro de la Obra		Número de Registro de la Obra		
Sí <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>		d / m / a					
5	Nombre Apellido Paterno Apellido Materno o Denominación o Razón Social						
	Editor	Dirección General de Culturas Populares					
	Coeditor						
	Autor	Katia Vanessa López González					
	Compilador						
	Traductor						
	Ilustrador						
	Recopilador						
Director							
Otros colaboradores							

INDAUTOR-00-015