



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN**

**NIDUS, LA REVISTA:  
PERIODISMO HECHO POR TI Y PARA TI.**

**T E S I S**

**POR:  
BRENDA CONTRERAS PAREDES**

**ASESOR:  
LIC. JOEL PAREDES GONZÁLEZ**

**MÉXICO  
30 DE ABRIL DEL 2012**





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. Honro en esta realidad la dicha de creer en ti, de sentirte.

Por su apoyo absoluto y ese amor que alegra mis momentos y proyectos, a mi esposo Jaime. A mi padre Juan Ramón, agricultor del aprecio a mi infancia y la de los otros.

A mamita Juanita por enseñarme con su ejemplo de vida la lección: perseverancia.

A mis hermanas: Ivonne, por su moto de abuelita rayo, y Carito, por sus bolsitas en el brazo. A ellas, por sus actuales esfuerzos profesionales que me acompañan en este final con rostro de inicio.

A mi suegra Tere por las tardes en que confiada en mis esfuerzos, ama a mi hija con sus cuidados.

Al tío Joel por apreciar y engrandecer mi libertad creativa.

A Rosy, mi correctora de estilo, cómplice de este proyecto, compañera de jardinera, de charlas... de vida.

Al jefe Fierro, por los instantes de tu ser. Y esa vibración de infancias, cuando le das giros a este caleidoscopio en turno, llamado vida.

A los tilonorrincos que construyeron con sus emociones la primera Nidus.

Dieguito: tu papá fue parte de esta aventura que también es tuya.

A la Universidad Nacional Autónoma de México por su generosidad desde que entré por primera vez a su casa. Y va de nuevo...

*“Los niños saben más de lo que parece, y si les dieran que escribiesen lo que saben, muy buenas cosas que escribirían...”*

*José Martí*

**NIDUS, LA REVISTA:  
PERIODISMO HECHO  
POR TI Y PARA TI.**

# AMO ATO MATARILE, RILE, RON ÍNDICE

Introducción .....	7
--------------------	---

## **CAPÍTULO 1. QUÉ QUIERE USTED MATARILE, RILE, RON.**

<b><i>Prensa infantil en México</i></b> .....	<b>13</b>
---	-----------

1.1. INSTITUCIÓN O DESTITUCIÓN. Conceptos .....	13
---	----

1.1.1 <i>Periodismo</i> .....	13
-------------------------------	----

1.1.2 <i>Prensa escrita</i> .....	14
-----------------------------------	----

1.1.3 <i>Géneros periodísticos</i> .....	15
--	----

1.1.4 <i>Prensa infantil</i> .....	18
------------------------------------	----

1.2. PASEMOS REVISTA. Publicaciones infantiles difundidas desde los orígenes de la prensa infantil hasta la actualidad.....	25
---	----

1.3. LAS ACTUALES. Descripción del contenido de las publicaciones infantiles actuales difundidas en el municipio de Nezahualcóyotl .....	37
--	----

1.3.1 <i>Parámetros de elección y evaluación</i> .....	38
--	----

1.3.2 <i>Big Bang</i> .....	40
-----------------------------	----

1.3.3 <i>Kids</i> .....	43
-------------------------	----

1.3.4 <i>Eres Niños</i> .....	47
-------------------------------	----

1.3.5 <i>Gente Chiquita</i> .....	49
-----------------------------------	----

1.3.6 <i>Observaciones generales</i> .....	52
--	----

## **CAPÍTULO 2. YO QUIERO UN ESPACIO PARA ALMACENAR DINAMITA MATARILE, RILE, RON.**

<b><i>Definición y estructura de una revista</i></b> .....	<b>54</b>
--	-----------

2.1. ¿UNA REVISTA? Definición .....	54
-------------------------------------	----

2.2. SUS PARTES. Estructura .....	55
-----------------------------------	----

2.2.1 <i>Fisonomía gráfica</i> .....	56
--------------------------------------	----

## **CAPÍTULO 3. ESCOJA USTED MATARILE, RILE, RON.**

<b><i>El proyecto</i></b> .....	<b>67</b>
---------------------------------	-----------

3.1. EL MERCADO. Estudio de mercado .....	70
---	----

3.1.1 <i>Estudio cuantitativo</i> .....	70
---	----

3.1.2 <i>Estudio cualitativo</i> .....	85
--	----

3.2. DE COMPETENCIAS. Mercado competitivo.....	98
--	----

3.2.1 <i>Mercado de lectores</i> .....	98
--	----

3.2.2. Competencia .....	100
3.2.3. Mercado de anunciantes.....	101
3.3. PARÁMETROS. Características editoriales .....	102
3.3.1. Filosofía editorial .....	103
3.3.2. FODA .....	105
3.3.3. Organigrama .....	107
3.4. DE COSTOS. Mecanismos de financiamiento .....	108
3.4.1. Cotización .....	108
3.4.2. Carpeta de ventas .....	109
3.4.3. Relación de publicidad .....	110
3.4.4. Financiamiento .....	111

## **CAPÍTULO 4. YO ESCOJO A NIDUS MATARILE, RILE, RON.**

<b>Revista cero .....</b>	<b>113</b>
4.1. CUÉNTAME CÓMO SERÁ. Características generales de la revista .....	113
4.2. ¿QUÉ CONTENDRÁ? Contenido .....	115
4.2.1. Definición de secciones fijas .....	115
4.2.2. Contenido editorial. Revista cero .....	117
4.2.3. Contenido de secciones, Revista cero .....	118
4.2.4. Lineamientos tipográficos .....	121
4.2.5. Pauta .....	123
4.2.6. Cuadrícula .....	124
4.2.7. Logística .....	125
4.3. SEMINARIO-TALLER. Cartas descriptivas .....	126
4.3.1. Apuntes .....	133
4.3.2. Anecdotario .....	134

## **CAPÍTULO 5. LA PONDREMOS EN LA CAZUELA PARA HACERLA CHICHARRON.**

<b>Nidus en Dummy .....</b>	<b>139</b>
5.1. OPINIÓN RESPECTO A NIDUS Y LAS ACTUALES REVISTAS INFANTILES. Resultados del sondeo realizado a la población infantil de Nezahualcóyotl. ....	139
5.2. Dummy de Nidus.....	155
<i>En cuclillas, mirando sus ojos</i> .....	178
Bibliografía .....	180
Anexos .....	184

## INTRODUCCIÓN

El presente escrito conjuga profesión y convicción. Por un lado, el periodismo escrito: el suceso hecho palabra, la expresión social de los acontecimientos; por el otro: el niño: la raíz, las alas, el único camino certero a la metamorfosis social.

No es un mero slogan publicitario, es una responsabilidad impostergable: *sin participación infantil, no hay democracia. Acto seguido, sin medios de comunicación hechos por y para los niños, no hay participación infantil real.*

Estas ideas constituyen la base del proyecto periodístico que proponemos. Se trata de una revista infantil, cuyo objetivo está cimentado en la participación del niño y el acto de permitirle informarse acerca de los sucesos locales, nacionales e internacionales, dándole las herramientas teórico-prácticas para que funja como colaborador, investigador y analista. Llevará por nombre *Nidus, la revista infantil: periodismo hecho por ti y para ti.*

En esta dirección, las siguientes páginas exponen, inicialmente, los conceptos *prensa escrita* y *periodismo*, para después reunir autores que converjan en las características distintivas de los *géneros periodísticos*.

Marco teórico que abrirá las puertas a la definición de nuestro cometido: la prensa infantil; para lo cual se plantea la posibilidad de establecer ésta como institución y los términos que rigen el derecho a la libertad de expresión del infante.

En la vereda de dicha temática es ineludible comprender la concepción etimológica y social de la palabra niño, en donde puede ubicarse el error contundente, general y en gran parte inconsciente mediante el cual los adultos concebimos y tratamos al niño.

Sí, es cierto, a través de los años, los espacios físicos, culturales y lúdicos para los niños aumentan en cantidad y calidad. El ámbito comercial genera salones de fiestas, parques recreativos y hasta sillas y escusados diseñados especialmente para ellos. Del lado cultural, por ejemplo, destaca el aumento de programas de lectura, teatro y cine, además de canales culturales que ofrecen al niño una amplia variedad en programación. Las garantías de salud y educación gubernamentales son cada vez más firmes.

No obstante estos avances sociales no deben maquillar la otra contundencia. Desde los años ochenta del siglo pasado, María Montessori había advertido el error, hasta ahora no corregido, de que el niño se concibe como el vaso en el que todo el tiempo se debe depositar agua; los padres, cuidadores o profesores se empeñan en llenarlo de conocimientos, responsabilidades y modales, pidiendo de

él el máximo rendimiento pues de ello depende el “hombre del mañana”. Desde esta concepción habrá que esperar a que el vaso se llene para poder tomar el agua, habrá que esperar a que el hombre del mañana nazca para poder escucharlo, para poder leerlo.

En gran medida los antecedentes de la prensa infantil, otro de los apartados de nuestro trabajo de investigación, revelan el mismo entendimiento de lo que significa niño, toda vez que lejos de un medio de expresión infantil o recurso informativo, el contenido de las primeras publicaciones infantiles representó una alternativa de material educativo escolar con una intención moralizante.

Es en la primera mitad de los años 70, cuando, como consecuencia de un lanzamiento masivo de suplementos infantiles comandados por los principales diarios del país, se habla de un *boom* en el periodismo infantil. Sin embargo, y aun cuando se pueden observar aspectos significativos respecto al periodismo infantil, hay muy poco que rescatar en relación a la participación de los niños en tales publicaciones.

Pero lo más importante es nuestro paso indagatorio por las publicaciones infantiles actuales, en donde el escenario hallado es crítico y preocupante. Los escasos medios impresos interesados en el tema siguen siendo elaborados por adultos, quienes muestran el mundo a partir de una llamada línea política propia del medio

al cual pertenecen, además de caracterizarse por un completo desequilibrio entre los contenidos editoriales y los publicitarios. La temática de las revistas y los suplementos infantiles que sobreviven se centralizan en publicidad perteneciente a distintas cadenas televisivas o videojuegos.

Empero, la revista sigue siendo, como en 1745, año en que Benjamín Franklin publicó su *General Magazine*, uno de los medios impresos más persuasivos y los niños no escapan a su poder, no en vano los empresarios de artículos y producciones infantiles confían en ella como vehículo de publicidad.

De ahí que haya sido imprescindible analizar sus formas y modos, es decir la fisonomía física y editorial de nuestro cometido: una revista. Una vez obtenido el manual gráfico de este tipo de publicación, cuyo carácter, dicho sea de paso, es más libre que normativo, se trabajó en el concepto de ésta.

La revista lleva por nombre *Nidus*, latín del castellano *Nido*. Los colaboradores recibirán el apelativo de tilonorrincos: especie de aves que viven en el continente asiático, las cuales forman sus nidos por medio de conchas, hojas secas y pigmentos de plantas, dándole la agradable apariencia de una obra artística. Debido a que son los niños quienes construirán su propio *nido de expresión* se alude a esta ave y a su actividad, empleando imágenes para iluminar, con la intención de que sean los niños lectores quienes, como el tilonorrinco, pongan el

color a su nido. Con ello se pretende reforzar el contenido de la revista a través de iluminado y a su vez, aminorar el alto presupuesto que implica la impresión con imágenes a color. Para destacar las fotografías de la revista, únicamente las primeras y últimas dos páginas serán impresas en color.

*Nidus: la revista infantil periodismo hecho por ti y para ti*, deja de ver al niño como el incapaz, es una respuesta a su derecho de expresión, una alternativa para que mediante el conocimiento de la realidad pueda participar en ella.

El proyecto tienen dos fundamentos primordiales, por una parte el hecho de que el niño es un ser capaz de reproducir y transformar su entorno, apto para asimilar, buscar, realizar y perfeccionar habilidades antes adquiridas; y el postulado de VaughnCharnley, mediante el cual afirma que el periodismo es una labor que se puede describir y enseñar, factible a ser transmitida por quienes la han estudiado, practicado y la comprenden, a otros que posean la capacidad y el firme deseo de desarrollarla.<sup>1</sup>

En este entendido, en la segunda mitad del año 2007, se llevó a cabo un seminario-taller, destinado a niños entre ocho y once años de edad, cuyo objetivo fue dar a conocer los fundamentos generales del periodismo, exponiendo la definición y características de sus géneros. Durante dicho curso se realizaron trabajos periodísticos y posteriormente los asistentes eligieron los más relevantes

<sup>1</sup>Mitchell Vaughn Charnley, *Periodismo informativo*, Buenos Aires, edit. Troquel, 1971, p. 11.

con el propósito de que éstos integraran el contenido del *dummy* (prototipo de cómo quedará la pieza final) de la revista, cuya impresión se realizó a principios del año 2008.

El seminario-taller fue desarrollado en una casa cultural y en este mismo lugar, luego de contar con el *dummy*, se le brindó un ejemplar de éste a su población infantil para, posteriormente, a través de un cuestionario conocer sus opiniones, observaciones, agrados y desagradados de la revista. De manera subsecuente se le efectuaron los cambios sugeridos por los encuestados.

Frente a los titulares trillados de los diarios, en medio de repetidos chismes de farándula, ante la rancia información política, los niños y lo que ellos desean publicar comenzarán a sorprendernos.

# CAPÍTULO 1

## QUÉ QUIERE USTED MATARILE, RILE, RON.

### Prensa infantil en México

#### 1.1. INSTITUCIÓN O DESTITUCIÓN. Conceptos

La naturaleza social del hombre es, desde sus orígenes, la generadora de actividades apasionantes. Indiscutiblemente, una de ellas es el *periodismo*.

##### 1.1.1 Periodismo

Respecto a su significado, Bond Fraser señala:

La palabra periodismo abarca todas las formas en que las noticias y los comentarios acerca de éstas llegan hasta el público. Cuanto ocurre en el mundo, si es de interés general, y de todos los pensamientos, los actos y las ideas que esos acontecimientos provocan.<sup>2</sup>

Por su parte, María Julia Sierra Macedo propone:

Periodismo es la información y el enjuiciamiento público, oportuno y periódico, de los hechos de interés colectivo.<sup>3</sup>

Algunos autores adjudican su aparición con la invención de la imprenta, empero, desde los orígenes del hombre, considerando los cuatro objetivos primordiales del periodismo —1. Informar, 2. Orientar, 3. Educar y 4. Entretener<sup>4</sup>, las pinturas rupestres solventaban al menos la necesidad humana de informar y ser informado.

<sup>2</sup>Frank Fraser Bond, *Introducción al periodismo*, México, Limusa, 1983, p. 17.

<sup>3</sup>María Julia Sierra Macedo, *Haciendo periodismo*, México, Porrúa, 1964, p. 19.

<sup>4</sup>Mario Rojas Avendaño, *Técnicas de periodismo*. Apuntes inéditos. Algunos autores le dan diversas menciones a la tarea periodística, por ejemplo Bond Fraser dice que informa, interpreta, guía, divierte Charnley habla de interpretar y atraer clientes, Martín Vivaldi dice informar, instruir y entretener. Para cana 11 hay una misión más, además de las cuatro citadas: servir. Cita encontrada en *Géneros periodísticos* de 13 Guillermo Baena Paz, México, Pax, 1993, p. 18.

En la China antigua y en el México prehispánico, destaca Alberto Dallal en *La incómoda frontera entre el periodismo y la literatura*, circulaban datos e informes de acontecimientos a través de jeroglíficos, dibujos y murales. Pero la evolución de la tarea periodística empieza a ser notable y a cobrar auge a raíz de la invención de la imprenta (1440) con lo que se daría paso a la era de Gutenberg— en honor a su creador— la cual trajo consigo máquinas mejor diseñadas, superación de los sistemas de estereotipia, uso de rotativos, impresión por medio de máquinas que contaran con la fuerza del vapor o electricidad, linotipos e inventos conexos que permitieron el desarrollo prodigioso del periodismo.<sup>5</sup>

La evolución tecnológica y la constante necesidad de información hicieron del periodismo una de las máximas entre las expresiones sociales. Actualmente la comunicación, información y enjuiciamiento son recursos imprescindibles en televisión, radio, Internet y prensa escrita.

### **1.1.2 Prensa escrita**

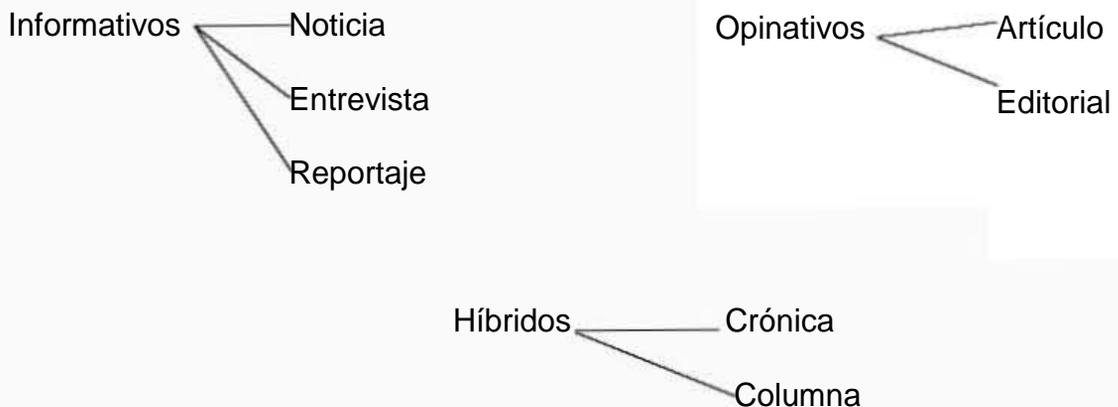
El término está inspirado en las antiguas prensas de vino y aceite, en alusión a que los líquidos que se procesaban en estas máquinas eran obtenidos a base de presión. Considerando este antecedente, Antonio López de Zuazo Algar, en su *Diccionario de periodismo*, afirma que la palabra *prensa* define exclusivamente al periodismo impreso, al conjunto de publicaciones periódicas o impresas, como los

<sup>5</sup>Carlos Alvear Acevedo, *Breve historia del periodismo*, México, Editorial Jus, 1982, p. 206

diarios y las revistas, por lo que quienes hablan de prensa radiada o televisada, están en un completo error, lo correcto en estos casos, sería referirlo como periodismo radiado, televisado o cinematográfico.

### 1.1.3 Géneros periodísticos

Quienes desarrollan prensa escrita emplean formas de expresión para contar los acontecimientos, las cuales son denominadas: géneros. Citando a una de las dos clasificaciones que ofrecen Vicente Leñero y Carlos Marín en *Manual de periodismo*, los géneros periodísticos se dividen en:



Por su parte, Guillermina Baena, en *El discurso periodístico: los géneros periodísticos hacia el siguiente milenio*, propone una clasificación basada en tres tipos de periodismo:

Nota

Noticia

Crónica informativa

Entrevista

Reportaje

Crónica interpretativa

Artículo de opinión y comentario

Editoriales

Periodismo  
informativo

Periodismo  
interpretativo

Periodismo  
de opinión

Finalmente, Susana González Reyna, en su libro *Géneros periodísticos 1: periodismo de opinión y discurso*, aborda los géneros desde sus formas discursivas: descripción, narración, exposición y argumentación. Cada género se clasifica dependiendo de la utilización de una o más de estas formas.

Las anteriores clasificaciones permiten realizar un trabajo complementario para llegar a las características de cada género.

Para este cometido, empezaremos por mencionar a *la noticia o nota informativa* considerada por González Reyna como un género expositivo que es fundamental en el periodismo, es la materia prima de éste, debido a su estilo concreto y oportuno, aunque frecuentemente pierde características de novedad, actualidad, proximidad e interés general.

en el periodismo, se trata de la materia prima de éste, su estilo es concreto y oportuno, aunque frecuentemente pierde características de novedad, actualidad, proximidad e interés general.

Por su parte, *la crónica noticiosa* es un género narrativo con fuerte apoyo descriptivo, el acontecimiento es narrado en orden cronológico y debido a su carácter interpretativo, es común encontrar aunada a la información, la impresión del cronista.

*La entrevista*, definida por la International Encyclopedia of Social Sciences (pp.140-150) como una “conversación con un propósito”, está basada en una serie de preguntas, expuestas en un ambiente de descripción y narración.

*El Reportaje* es el más vasto entre los géneros periodísticos, pues representa el todos en uno, en él se combinan las formas narrativa y descriptiva.

*El artículo*, es un comentario interpretativo, actual y de libre temática.

*La columna*, de carácter interpretativo, trata uno o varios asuntos de interés; sus características diferenciales son su nombre y presentación tipográfica invariables.

*El editorial*, inmerso en su carácter interpretativo, expone la posición doctrinaria o política de cada empresa informativa, con respecto a los hechos de interés colectivo, y generalmente aparece sin firmar.

En relación a la valoración de los textos periodísticos, Carl N. Warren, expresa que éstos deben poseer actualidad, curiosidad, conflicto, prominencia, suspenso, emoción y consecuencias.<sup>6</sup>

#### 1.1.4 Prensa infantil

Una vez definidos los términos prensa y periodismo, y después de conocer las características distintivas de los géneros periodísticos, avanzamos hacia el itinerario de nuestras intenciones para llegar a la palabra compuesta: *prensa infantil*.

El periodista Teófilo Huerta afirma que la *prensa infantil* “es una institución orientada a los niños, en donde éstos encuentren la información sobre los sucesos de interés que aluden a su universo social”. No obstante, María del Socorro de la Guerra y Víctor Manuel Aguilar, en su tesis de licenciatura: *La prensa infantil en el Distrito Federal*, objetan la anterior definición al observar que no se puede definir a la prensa infantil como una institución, ya que ésta aún no funge como tal.

<sup>6</sup>Carl N Warren, *Géneros periodísticos informativos: Nueva enciclopedia de la noticia*, Barcelona, España, editorial A.T.E., 1975, p. 25

Agregamos a la observación de estos tesis, la situación actual de la prensa infantil en México, en la cual puede advertirse la coacción a las libertades postuladas por La Convención sobre los Derechos del Niño, emitida por la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, en su artículo 13:

1. El niño tendrá derecho a la libertad de expresión; ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño.

2. El ejercicio de tal derecho podrá estar sujeto a ciertas restricciones, que serán únicamente las que la ley prevea y sean necesarias:

- a) para el respeto de los derechos o la reputación de los demás; o
- b) para la protección de la seguridad nacional o el orden público o para proteger la salud o la moral públicas.<sup>7</sup>

La primera parte de este artículo refiere a la libertad de expresión como aquella que permita *buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo sin consideración de fronteras*. En la vida real los niños quizá pueden buscar y recibir, pero difícilmente difundir.

<sup>7</sup>Artículo 13, *Convención de los derechos del niño*, emitido por la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, México, 2da. ed., 1992, p. 17.

Con lo anterior se concluye que la observación de Víctor Manuel y María del Socorro, es acertada y vigente; si la prensa infantil fuera una institución, permitiría la actuación espontánea de sus participantes, ya lo señala el texto del investigador Pablo Miró Rocasolano, mediante el cual afirma que generalmente las instituciones no son algo diseñado, sino resultado evolutivo de la actuación espontánea de los agentes (personas físicas y jurídicas) que participan de la misma.

Además agrega que la mayoría de las instituciones existentes en una sociedad y en un momento determinado, al haber sobrevivido a un largo proceso de aparición, diversificación y selección, resultan ser estables y robustas.<sup>8</sup>

Contrario a ello, el escaso periodismo que se le ofrece al niño pocas veces representa su participación; la mayor parte de los medios escritos son obra de los adultos, quienes generalmente se preocupan por cubrir sus necesidades lucrativas.

En este sentido, vale mencionar que el concepto etimológico de la palabra infante proviene del latín *infans* y significa *incapaz de hablar*. Pese a que resulta una definición errónea y por demás ambigua, ésta es practicada constantemente por el adulto, con indicaciones dirigidas al niño como: “No debes de opinar de esos temas, son para adultos”; “no te metas en lo que no te importa”; y “a ti quién te preguntó”.

<sup>8</sup> Pablo Miró Rocasolano. *El concepto de "institución"* [Manual básico de Economía EMVI](http://www.eumed.net/cursoecon/1/instconcepto.htm), investigación de la Universidad de Málaga, disponible en <http://www.eumed.net/cursoecon/1/instconcepto.htm>, septiembre del 2007, acceso 22 de diciembre del 2007

Asimismo, la sociedad adopta la anterior definición y como si efectivamente se tratara de un incapaz para expresar lo deseado, priva al infante de los medios de comunicación existentes en su sistema social.

Contrario a lo efectuado, se encuentran las observaciones realizadas por los estudiosos de la infancia. Si bien, Tucker Nicholas, asegura que el niño es una persona que recibe influencias de acuerdo con la cultura en la que le ha tocado desarrollarse, también debe considerarse lo expuesto por Sarah Corona:

El niño no es un receptor pasivo de los estímulos de su medio, ni reproduce de idéntica manera lo que ve y escucha a través de los medios de comunicación, sino que tiene un papel activo en el proceso de reproducir y transformar los elementos de su entorno.<sup>9</sup>

Asimismo, estudios de la infancia realizados por Jean Piaget comprobaron que el niño no es un ser quien se la pase acostado esperando a que ocurra algo para poder asimilarlo, busca, realiza y perfecciona habilidades antes adquiridas porque así lo desea.

Explica, que dichas habilidades pueden ser entendidas a través de la analogía del renacuajo, anfibio que aún con las diferencias de sus órganos en comparación con los de la rana, respira de la misma forma que ésta; el niño al igual que el adulto, es un ser activo, realiza diferentes acciones de acuerdo con sus intereses y necesidades. No hará nada mientras no lo motive la actividad, pero cuando el deseo se apodera de él, modifica incesantemente lo que se le establece, a partir

<sup>9</sup>Sarah Corona, *No sólo para envolver sirve el periódico*, México, Edit. Jus, 1989, p. 7.

de su experiencia, agrega más información y nuevas formas de ver la vida, gracias a su oficio de explorador.<sup>10</sup>

A las aseveraciones anteriores, se añade una de las virtudes que le brinda ventaja sobre el adulto: su capacidad de asombro, la cual le permite rescatar situaciones que para un adulto pasarían inadvertidas.

Refiriendo nuevamente lo acontecido en la actualidad, podemos destacar que nuestra época es reconocida por avances interesantes. Los estudios sobre la niñez son vastos y detallados; los canales culturales tienen un espacio amplio destinado al niño; hay instrumentos y servicios a su tamaño como los excusados, las sillas de los salones de fiestas, entre muchos otros objetos, pero también son tiempos colmados de confusión y desinterés por esta etapa. Se siguen cometiendo errores que desde los años ochenta del siglo pasado había observado María Montessori.

En aquellos años se creía que el niño, por lo menos hasta los 11 años, era un vaso en el que todo el tiempo se debía depositar agua, la forma en que se llenaría dependía de los padres o cuidadores. Los padres, tíos, profesores y demás seres queridos, cegados por el celo, el amor y el sacrificio, generalmente de manera inconsciente, exterminaban su personalidad, diciéndole siempre lo que era malo y bueno, se interesaban por el niño no por la simple y afortunada razón de ser niño,

<sup>10</sup>El proyecto de tesis *Nidus, la revista: periodismo hecho por ti y para ti* comulga con la concepción que Corona y Piaget han referido sobre la infancia y es un objetivo de la investigación darle vigencia a dichas concepciones

sino por el adulto que sería. Se leía entonces la real situación del infante:

El niño es el estorbo constante del adulto, absorbido y fatigado por ocupaciones cada vez más exigentes. No hay sitio para el niño en la casa, cada día más reducida, de la ciudad moderna, donde las familias se acumulan. No hay lugar para él en las calles, porque los vehículos se multiplican y las aceras se encuentran llenas de gente que tiene prisa.<sup>11</sup>

En la actualidad, los adultos están más ocupados. Aun cuando las familias son más pequeñas, el espacio de los hogares es más reducido comparado con el de la década de los ochenta; el interés por las actividades del niño siguen en descenso; y qué decir del espacio para él en las calles, donde la cantidad de vehículos se incrementa a la par de la prisa de la gente. El niño sigue siendo ese estorbo del que hablaba Montessori y a la vez, el vaso en el que depositamos las “virtudes” que formarán al “hombre del mañana”. Visualizar a ese inexistente “hombre del mañana”, nos impide apreciar la genuina mentalidad del niño y las diferentes etapas de desarrollo que vive.

Respecto a estos periodos, Piaget señala la existencia de cuatro fases sucesivas: e período sensoriomotor —del nacimiento a los dos años—; el período preoperativo —de los tres a los ocho años—; el período de operaciones concretas —de los ocho a los once años—; y el período de operaciones formales —comúnmente comienza a los 11 o 12 años—.

<sup>11</sup> María Montessori, *El niño, el secreto de la infancia*, Editorial Diana, 1982, México, p. 20.

Por ello, la edad de los ocho a los once años —edad delimitada para este proyecto de tesis— representa el período de las operaciones concretas del niño. Durante esta etapa el niño reconoce que los nombres han sido puestos por las personas; que los sueños son producto del pensamiento y tienen lugar dentro de la cabeza —en el período anterior (pre-operativo), creía que éstos estaban dentro de su habitación—. Su formación escolar le permite descubrir que el sistema solar no es manipulado por el hombre, entre otras situaciones que le ofrecen una idea más definida de la realidad.

Comienza a ser más independiente. Le resulta más fácil que antes trabajar en equipo y entiende los puntos de vista de sus demás compañeros. El juego (indispensable durante toda la vida) cobra mayor importancia en esta etapa porque a través de él forma esquemas que representan las bases para su comportamiento futuro.

Este apartado cuestiona en su título: “¿institución o destitución?”, nuestro recorrido por las definiciones y la situación actual de la infancia, nos permite advertir que estamos ante una destitución, esta expectativa seguirá comprobándose a través de un recorrido por las publicaciones difundidas desde los orígenes de la prensa infantil hasta las actuales... *pasemos revista*.

## 1.2. PASEMOS REVISTA. Publicaciones infantiles difundidas desde los orígenes de la prensa infantil hasta la actualidad.

Si bien la intención es elaborar una revista, siguiendo la periodicidad y el formato utilizados en dicha publicación, el contenido pretendido para *Nidus*, la revista: *periodismo hecho por ti y para ti* se asemeja más al empleado por los suplementos y algunas publicaciones independientes, de ahí que, con el objetivo de generar

consideraciones vastas para la construcción de *Nidus*, las publicaciones descritas a continuación no sólo sean revistas

Existe un dilema sobre la primera publicación infantil difundida en México. Para el periodista Gabriel Rovirosa el primer diario que representa un antecedente de lo



El Niño Mexicano, 15 de septiembre de 1895. Periódico en Microfilm, Hemeroteca Nacional de México.

que hoy se conoce como prensa infantil en nuestro país es *El niño Mexicano*, cuyo primer número, según Rovirosa, se publicó en 1896<sup>12</sup>; empero la investigación



El Correo de los niños, 11 de mayo de 1873. Periódico en Microfilm, Hemeroteca Nacional de México.

*Comunicación educativa en la prensa:*

*Suplementos infantiles en*

*México, realizada por tres*

*estudiantes de la Facultad*

*de Estudios Superiores*

*Acatlán refiere que a*

*dicha publicación le*

*antecede el *Diario de los**

*niños surgido en 1838<sup>13</sup>, y*

*cuyo contenido abordaba*

*temas literarios y de*

*entretenimiento, además*

*de incluir ilustraciones de*

*los mismos.*

Ante esta discrepancia, acudimos a la Hemeroteca Nacional de México en donde hallamos que *El niño mexicano*, si bien aparece un año antes del mencionado por Rivorosa (el recinto resguarda la primera publicación en *microfilm* con fecha del 15 de septiembre de 1895), efectivamente si se trata de antigüedad, *El Diario de los*

<sup>12</sup>Gabriel Rovirosa, "La prensa infantil ha crecido, suplementos para los nuevos lectores", *Etcétera*, revista electrónica disponible en <http://www.etcetera.com.mx/page.php?id=3>, enero del 2002, acceso 19 de diciembre del 2007.

Los autores de *Comunicación Educativa en la Prensa: Suplementos Infantiles en*

<sup>13</sup>Vanessa Preciado, Gustavo León y Hugo César Fuentes, "Comunicación Educativa en la Prensa: Suplementos Infantiles en México", *Razón y Palabra*, revista electrónica en América Latina especializada en comunicación, disponible en [www.razonypalabra.org.mx/antiores/n36/prensa.html](http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n36/prensa.html), acceso 18 de noviembre del 2007.

de septiembre de 1895), efectivamente si se trata de antigüedad, *El Diario de los niños* tiene ventaja al lanzar su primera publicación, no en 1838 como aseguran los autores de *Comunicación Educativa en la Prensa: Suplementos Infantiles en México*, pero sí un año después según deja ver el primer tomo de esta publicación localizado en el mismo recinto y con el mismo formato.

No obstante, si nuestra pretensión es vincularnos con el termino prensa infantil, es *El Niño Mexicano*, la primera publicación que se acerca a dicho objetivo toda vez que en sus contenidos aparece una sección noticiosa y, en la opinión de Teófilo Huerta, *su contenido mostraba una sección informativa, explicando de manera sencilla un tema de importancia del acontecer nacional o mundial.*<sup>14</sup>

Mientras que desde su primera publicación el Diario de los Niños pone en claro la temática de su contenido:

“...serie variada de ejemplos trágico, heroicos y morales, tan útiles e instructivos para toda clase de persona y rango, como propios para indicar el origen de los desórdenes, de las malas inclinaciones, los muchos medios físicos y morales para remediarlas, los principios de economía domestica, trato familiar, las leyes fraternales que necesariamente deben organizar el sistema interior de las cosas, la educación, las costumbres, religión, excitar esas nobles emociones que forman buenos niños, excelentes padres, mejores ciudadanos, madres no nanas, tiernas y muy amables señoritas.... Estamos empeñados en que los niños aprendan algo, sin religión y sin leyes no somos más que bárbaros.”

Según narra el primer tomo de este diario, se publicaría con un buen número de

<sup>14</sup>Teófilo Huerta Moreno, *La prensa infantil en la formación del escolar*, México, Ed. Oasis, Nueva Biblioteca Pedagógica 55, 1985, p. 22.

suscriptores por cuadernos semanarios de tres pliegos cada uno, pero el *microfilm* que puede apreciarse en el archivo de la hemeroteca se compone de tres tomos de publicaciones, que no permiten advertir las fechas de éstas, es decir, los escritos no están divididos por semanarios, sino en tres tomos y efectivamente el total de ellos tienen como eje temático el señalado desde el primer tomo.

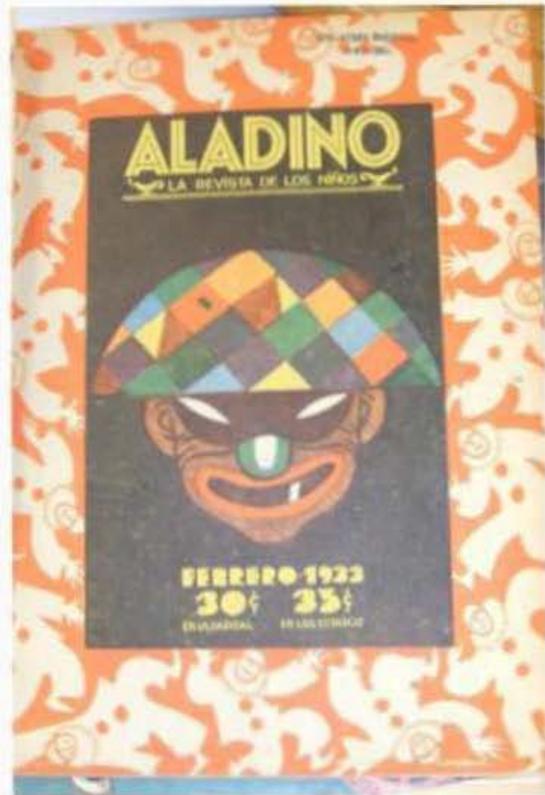
También y previo a la aparición de *El niño mexicano*, encontramos registros del semanario *El correo para niños* cuya fecha data del 11 de mayo de 1873, sin embargo se observa que el contenido de éste representa un apoyo didáctico para la formación escolar. Es de destacarse que en algunos de sus escritos se percibe la participación de sus lectores, empero está plasmada a manera de trabajo escolar —los colaboradores pertenecían a escuelas públicas— mediante este semanario se relataban temas históricos, además de incluir cuentos, fábulas, así como problemas matemáticos y ejercicios escolares, con la intención de que el niño los contestará. Con objetivos similares, aparecieron *La Biblioteca de los niños* (1874) y *El camarada* (1889-1990).

Son cuatro, entre revistas y semanarios, las publicaciones infantiles consideradas en el periodo de 1925 a 1943:

*Pulgarcito*: periódico infantil de *El Nacional* surgido en 1916 y renovado por la Secretaría de Educación Pública (SEP) en 1925 cuyo objetivo primordial era estimular habilidades artísticas en los niños.

*Pinocho*: un semanario ilustrado para niños que surge durante el año 1925.

*Aladino*: una publicación independiente —1933— cuyos objetivos pueden leerse en la página editorial de su primer número: *los propósitos que perseguimos son moralizar, instruir, educar y divertir a los niños*. Entre sus temas incluía el deporte infantil, *boy scouts*, así como una sección de correspondencia para los lectores y una destinada a las niñas, con actividades como el bordado y la cocina. Además ofrecía un espacio



Aladino, febrero de 1933 Publicación en ejemplar.  
Hemeroteca Nacional de México.

para las madres de familia en donde podían leerse consejos educativos. Entre su contenido, destaca el mensaje de personajes de la política y la cultura mundial hacia los niños lectores, entre los que se leyó a Charlie Chaplin, Ezequiel A. Chávez y Miguel Ángel de Quevedo.

*Chapulín*: publicación de 1943 gestada por la Secretaría de Educación Pública, dentro de su contenido abordaba noticias de trascendencia histórica.

Influenciadas por el ideal nacionalista del pensador y político mexicano José Vasconcelos donde la prensa y todo lo que representara el medio de comunicación más idóneo sirviera al adoctrinamiento o la educación moralizante, la mayor parte del contenido de estas primeras publicaciones tenían dos objetivos claros: inculcar a la niñez bases nacionalistas y complementar la educación.<sup>15</sup> Asimismo, tenían un marcado sentido moralista, lo cual denotaba "una incidencia de ser una extensión más de la faceta educativa con el énfasis de resaltar la adecuada conducta del futuro hombre, regidos por el deber-ser, que consistía en la salvaguarda de la moral".<sup>16</sup> Este objetivo enfocado más al aspecto moralizante y educativo que al informativo, señala Huerta, provocó el breve tiempo de duración de dichas publicaciones.

El *boom* del periodismo impreso infantil mexicano surge durante la primera mitad de los años 70 del siglo pasado, ya que es en este tiempo cuando las iniciativas privadas representadas por los más importantes diarios del país marcan el primer periodo de lanzamiento masivo de suplementos infantiles en México.

<sup>15</sup>María del Socorro de la Guerra y Víctor Manuel Aguilar, "*La prensa infantil en el Distrito Federal*", tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2000, p. 4.

<sup>16</sup> B Sánchez, "*Prensa infantil: análisis comunicativo del suplemento La Jornada Niños (julio-septiembre 1994)*", tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1996, p. 19.

Se publica *Mi Mundo*, de *El Universal* (1974-1976); un suplemento norteamericano de *The New York Times* que entre sus peculiaridades incluía clases de inglés; *Amigos de Ovaciones*, de *Ovaciones* (1974-); *El Heraldo Infantil*, de *El Heraldo de México* (1974), cabe mencionar que previo a la publicación de este suplemento se elaboró una encuesta a niños entre los ocho y 12 años de edad del Distrito Federal, en donde el 44% de los encuestados estaban interesados en los periódicos y por ello se consideró apropiado lanzar un suplemento especializado, dicho suplemento manejó espectáculos, lugares de diversión, pasatiempos, historietas, reportajes, entre otros, pero tampoco centró su actividad en el aspecto informativo.

A *El Heraldo Infantil* le siguieron *Mi Periodiquito*, de *Novedades* (1974-1983), difundido durante ocho años ininterrumpidos y retirado de circulación debido a la crisis económica que repercutió en los costos de papel. Estas tres últimas publicaciones, parecían estar más dirigidas a los papás de los niños, evidenciado en el lenguaje, la calidad de la impresión y el diseño utilizado.

Contemporáneo a los anteriores se encuentra *El Sol y los niños*, de *El Sol de México* (1974). Su edición fue muy reducida y su contenido se centralizaba en el aspecto enciclopédico y literario.

También, se produjeron suplementos provenientes de organizaciones e instituciones estatales como, *Chispas*, *Cocolitos* de la revista *Páginas del ISSSTE* (1980). Los realizadores de estas publicaciones concebían al niño como “una realidad abstracta, se le maneja como simple objeto o sujeto de consumo, se extiende la ideología ambigua del niño modelo a todos los receptores, sin detenerse a reflexionar sobre las diferentes conductas que varían y caracterizan a cada pequeño”<sup>17</sup>



El Brinco, 1982 Publicación en ejemplar.

Hemeroteca Nacional de México.

En 1982, apareció *El Brinco*, expedida por la *Revista del Consumidor* y dirigida por Teófilo Huerta, contenía escritos temáticos y opiniones de niños, sugerencia de juegos grupales y consejos sobre alimentación mediante los cuales se realizaban críticas severas a la comida de poco valor nutritivo, como los pastelitos de marcas reconocidas.

<sup>17</sup> *Ibidem*, p. 27.

A finales del año 1984 surgió el periódico infantil semanal *Tiempo de niños*, emitido por la SEP. En éste, podían encontrarse noticias nacionales e internacionales, juegos, cuentos infantiles e información sobre actividades y espectáculos culturales.

En 1984, coordinado por Roxana Erdman y Enrique Mañón, con Lili Buj en la edición, aparece lo que para muchos fue el parte aguas en el quehacer periodístico de la prensa infantil mexicana: *La Jornada Niños* -de *La Jornada*-.

Al revisar su contenido constatamos el inicio de un periodismo dirigido y realizado por los niños. El suplemento se interesaba por una participación del infante,

evidente desde el primer número, donde se expone: "Este periódico es tuyo. Los que hacemos esta sección ¡somos puros adultos! Por eso necesitamos tus críticas, para que esta idea no se hunda en un barquito de papel, para que



La Jornada Niños, Domingo 1 de marzo de 1987  
Publicación en ejemplar.  
Hemeroteca Nacional de México.

evidente desde el primer número, donde se expone: "Este periódico es tuyo. Los que hacemos esta sección ¡somos puros adultos! Por eso necesitamos tus críticas, para que esta idea no se hunda como un barquito de papel, para que estas páginas no sirvan nada más para envolver aguacates o para hacer avioncitos".

Entre sus secciones, se encuentra la titulada *Avisos de los cuates*, mediante la cual los niños envían anuncios de venta, intercambio u obsequio de objetos. Esta atractiva propuesta es una de las consideradas para *Nidus*, la revista.



Once años se le dio vida a las noticias nacionales e internacionales, las reseñas, la información sobre ecología y computación entre muchas otras, es 1998 cuando desaparece, pasando la estafeta a *Un, dos, tres por mí y todos mis compañeros* (1999) con un objetivo que distaba mucho al de su antecesor.

Uno dos tres por mí y por todos mis compañeros, sábado 8 de octubre del 2005  
Ejemplar adquirido en puesto de periódicos.

Un, dos, tres por mí y todos mis compañeros es un suplemento que no ha cumplido con las expectativas de mejorar La Jornada Niños, uno de los suplementos más importantes en el DF. Su periodicidad quincenal no favorece su seguimiento, su contenido es literario y breve, aunque no deja de ser valioso porque fomenta la lectura, la reflexión y la sensibilidad del niño.<sup>18</sup>

El suplemento dejó de lado el aspecto periodístico para dar paso al cultural y los niños volvieron a tener como única participación la de lector, sin embargo, destacan colaboraciones como la de Eduardo del Río (Rius), quien a través de *Uno, dos, tres por mí*, creó las primeras historietas inteligentes para niños.

La directora del suplemento, Martha Acevedo, previó a la publicación, laboró en el proyecto *Los libros del rincón* de la SEP, de ahí que su estructura haya estado enfocada en el fomento a la lectura y los contenidos culturales.

Antes de este nuevo suplemento *El Reforma* agregaría a sus páginas Gente Chiquita. Era el año de 1998, se trataba de una publicación cuyo el consejo editorial estaba constituido por niños y de acuerdo con Judith Segura, su editora, el objetivo de Gente Chiquita más allá de politizar era fomentar la educación cívica. “La razón por la cual el consejo editorial de Gente Chiquita está formado por niños obedece a que son ellos quienes deciden qué



Imagen obtenida de la página <http://comercial.reforma.com/libre/comercial/publicidad/impreso/chiquita.asp>

<sup>18</sup>De la Guerra y Aguilar, *op. cit.*, p. 31.

temas les interesan, de lo contrario, uno cree que poniéndonos en su lugar sabremos qué les podría llamar la atención”<sup>19</sup>, expresaba.

Dedicado a niños de clase media y media alta del Distrito Federal, *Gente chiquita* daba en el blanco en cuanto a estructura periodística y contenido atractivo, sin embargo existía un notorio desequilibrio entre los contenidos editoriales y los publicitarios. Del total de sus 24 páginas (que en ocasiones llegan a ser hasta 32) 60% corresponde a anuncios de distinta índole.<sup>20</sup>

Se puede observar que las pocas publicaciones infantiles que han existido en México, tuvieron una vida muy breve, una de las causas fue apreciada por Víctor Aguilar y Socorro de la Guerra, quienes acerca de los empresarios de los diarios, opinan:

“Por lo general aprecian que el niño no resulta un consumidor directo, pues éste carece en mucho de las posibilidades económicas para allegarse a éstas (publicaciones)”<sup>21</sup>

En palabras cortas: por qué hacer una publicación para quienes no iban a poder comprarla. No sólo fue el caso de *Gente Chiquita*, la mayor parte de las publicaciones, aun en la actualidad, van dirigidas a niños con dinero en los bolsillos. Al día de hoy, una revista infantil cuesta de los 22 a los 27 pesos, el niño que tiene la posibilidad de comprar por lo menos una, representa un consumidor interesante, para las empresas de golosinas, entretenimiento porque la

<sup>19</sup> *Rovirosa, op. cit.*

<sup>20</sup> *Ibidem.*

<sup>21</sup> De la Guerra y Aguilar, *op. cit.*, p. 14.

publicación, como es de esperarse, está repleta de publicidad. En general pocos medios de comunicación ponen su micrófono o su pluma en las manos de los niños, la publicidad es dueña de la voz y la tinta, y si consideramos que una de las funciones de los medios es educar, la publicidad es la profesora. Comentaremos sobre éste y otros aspectos, en el apartado siguiente.

Es de destacar que posterior al suplemento La Jornada Niños, ni la Hemeroteca de la Biblioteca de México José Vasconcelos, ni la Hemeroteca Nacional de México cuentan con ejemplares ni de revistas infantiles, ni de suplementos infantiles, lo que denota un total desinterés por el acervo de este tipo de publicaciones.

### **1.3 LAS ACTUALES. Descripción de diseño y contenido de las publicaciones infantiles actuales difundidas en el municipio de Nezahualcóyotl.**

La mayor parte de los niños que viven en el municipio de Nezahualcóyotl, difícilmente pueden comprar, cada mes, una revista que supera los 20 pesos, pero en los puestos de periódicos las opciones son muy parecidas a las del resto del Estado de México y el Distrito Federal. Son familiares nombres como: *Eres niños*, *kids*, *Big Bang Princesas*, *Barbie*, *Cartoon Network*, *Nintendo*, entre otras. El contenido de la mayor parte de éstas revistas es información sobre cadenas

televisivas, videojuegos y productos de la empresa. Hemos seleccionado a tres de las publicaciones para describir de manera general su contenido.

Echemos una hojeda...

### 1.3.1 Parámetros de elección y evaluación

Las revistas y el suplemento que se evalúan a continuación, fueron vigentes y de circulación nacional tanto en el año 2008 (año en que inicio el proyecto *Nidus*) como actualmente. Además se verificó su venta en el municipio de Nezahualcóyotl.

Se descartaron publicaciones cuyo contenido abarcaba únicamente publicidad de canales de televisión por cable o marcas de empresas infantiles como *Barbie*, *Princesas* y *Nickelodeon*.

Orientados por dichos parámetros se seleccionó a la revista *Big Bang*, *Kids* y *Eres Niños*, las tres de editorial Televisa, además del suplemento *Gente Chiquita* del periódico *Reforma*.

Se revisaron varias ediciones de cada publicación con el objetivo de observar sus generalidades y posteriormente se eligió la edición vigente al momento de la investigación con la finalidad de analizar, de manera general, su contenido.

Los números corresponden a septiembre de 2008 y en el caso de las semanales, la primer semana de dicho mes.

Del total de páginas que integran dichas publicaciones se localizaron los espacios que destinan para publicidad, educación, entretenimiento y secciones propias de cada publicación, y una vez conocido el número de páginas utilizado por tema se obtuvieron porcentajes.

Ejemplo: la revista *Big Bang* utilizó once páginas y media en información de cultura general —geografía mundial, historia, gramática, biología humana y animal—, el porcentaje se sustrajo al fraccionarlo con su número de páginas ( $11.5 \times 100 = 1150$ ,  $1150 \div 38 \text{ —Páginas—} = 30.2$  Resultado de porcentaje redondeado: 30%).

En dichos cálculos, no fueron considerados portada, sumario, contraportada, contraportada anterior ni contraportada posterior.

A continuación se detallan los resultados del análisis por publicación.

### 1.3.2 BIG BANG

Año 4 No.178

Es una revista semanal, con un costo de 27 pesos.

En su contenido se abordan temas de cultura general. De esta manera, pueden encontrarse ediciones que destacan títulos como los alebrijes, el mundo acuático y las fiestas patrias.

Cada edición incluye un artículo coleccionable sobre el tema abordado, así como una o más páginas temáticas —arte, cultura, ciencia— que al recopilarse forman una enciclopedia.



Al analizar el contenido de su edición 1-7 septiembre 2008 se observa que el 41 por ciento de éste número está ocupado por el tema de la semana, el cual en esta ocasión trata información sobre el mito de los dragones.

Cabe mencionar que se parte de dicho tema para crear estrategias de mercado. Una de ellas es la de convocar a un concurso de colección de tarjetas que se obtienen en las páginas de 13 ediciones, hasta formar un libro. Los primeros 40 libros recibidos en las oficinas de *Big Bang* son los ganadores.

La otra consiste en el ingreso y registro a una página de internet mediante la cual, durante 13 semanas deben contestarse una serie de cuestionarios sobre las ediciones de la revista. En este caso los primeros 17, son acreedores a un premio.

Una tercera estrategia plantea la creación de un dragón con escenario, cuya imagen debe ser creada a partir de las publicadas por *Big Bang* e introducida a una página de internet para exponerse a la votación de los visitantes. Los tres participantes con mayores votos obtienen regalos.

Finalmente se convoca a enviar 13 mensajes vía celular, con un costo de 6 pesos, mediante los cuales se dé respuesta a 26 preguntas relacionadas con ediciones anteriores, ganando solo los primeros veinte en enviar el total de mensajes.

Respecto a los premios, se trata de juguetes electrónicos y materiales escolares de marcas conocidas. Las fotografías de éstos aparecen acompañados de una descripción, con objetivo publicitario.

Por otro lado, la revista abarca temas de cultura general entre los que destacan geografía mundial, biología humana y animal, historia, gramática, así como una palabra mensual con el objetivo de enriquecer el léxico. Lo anterior representa 30 por ciento de su contenido.

Se destina 16 por ciento a espacios de publicidad, la mayor parte de la cual está introducida en los contenidos informativos y de entretenimiento. Por ejemplo en la noticia de espectáculos hacen mención de un artista juvenil y la sección frase de la semana refiere a la de una película infantil comercial.

El resto de la publicidad corresponde a series juveniles de televisión abierta y por cable, así como un reportaje realizado a un grupo musical, también juvenil.

Además se observan dos páginas completas de publicidad con el objetivo de que el niño adquiera tonos, imágenes y videos para celular cuyos costos van de los 6 a los 30 pesos por modalidad.

El entretenimiento ocupa 10.5 por ciento. Se trata de tiras cómicas, chistes y un test al estilo de las revistas juveniles titulado *¿Qué tan latoso eres?*

Media página, esto es 1.5 por ciento, es destinada a una noticia de ciencia y otra de cultura.

Finalmente se designa media página más para la intervención escrita de los niños, en la cual sólo se leen comentarios positivos sobre la revista.

### Cuadro comparativo

Contenido	Porcentaje	Páginas
Tema del mes	41%	15.5
Cultura general	30%	11.5
Publicidad	16%	6
Entretenimiento	10.5%	4
Noticias (ciencia y cultura)	1.5%	.5
Comentarios de los lectores	1.5%	.5
Cuadro de datos elaborado por Brenda Contreras Paredes. Año 2008 TOTAL	100%	38

### 1.3.3 NATIONAL GEOGRAPHICS KIDS

Año 4 No.9

Se trata de una publicación internacional mensual, con precio al público mexicano de 27 pesos. Editado por editorial Televisa en convenio con *National Geographic Kids*.



Acorde al objetivo prioritario de la revista, el 49 por ciento de sus espacios son ocupados por información acerca de especies animales. Además, cada mes la revista incluye carteles de dos especies. Los datos son novedosos y están redactados de forma amena y ligera.

El 22 por ciento de su contenido es publicitario. Se anuncian programas de salud pública organizados por la editorial, eventos culturales y comida poco adecuada por su valor nutritivo —pasteles y papas fritas—.

Como sucede con *Big bang* dos páginas son destinadas a la publicidad de tonos, imágenes y videos para celular cuyos costos van de los 6 a los 30 pesos por modalidad.

Tarjetas coleccionables, acomodar letras para formar palabras e indicaciones para organizar juegos de grupo, fueron considerados como espacios de entretenimiento y se observó que ocupan 12 por ciento del contenido.

Además, se incluyen datos mundiales curiosos como: *En el acto de ver usamos un tercio de nuestro poder cerebral y un avión Jumbo tardaría 120, 000 millones de años en cruzar la vía láctea*. Dicho contenido representa el 7 por ciento.

Dos páginas —5 por ciento— son ocupadas por una convocatoria de fotografía internacional para niños.

Otro 5 por ciento es destinado al mensaje de los lectores. Se trata de un buzón mediante el cual los niños emiten opiniones, cuestionan textos de ediciones anteriores y proponen nuevos temas. El total de los comentarios publicados tienen una respuesta y/o comentario del equipo editorial.

Ejemplos:

Me gusta mucho *Kids*. Les mando fotos de mi perra que tiene tres cachorros, uno negro y dos cafés. Adrián, La Paz.

*¡Gracias por la foto! Tus nietos (porque tu perra es tu hija, ¿verdad?) estarán preciosos.*

Qué padre cambio de imagen tuvieron, pero con lo que sí se pasaron fue con el precio. Juan David Castro.

*Apreciamos mucho tu comentario. La decisión de incluir un artículo coleccionable —lo cual genera costos adicionales—, cambiar de imagen y de contenido se debió a que tu revista se encuentra en un mercado de mucha competencia, y prácticamente era la única que no incluía algo en cada edición por lo que peleaba en circunstancias desiguales. Te aseguro que hicimos todo para que el aumento fuera lo mínimo necesario.*

### Cuadro comparativo

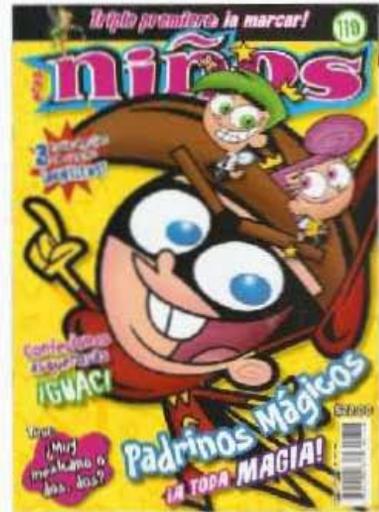
Contenido	Porcentaje	Páginas
Información sobre especies animales	49%	20
Publicidad	22%	9
Entretenimiento	12%	5
Datos mundiales curiosos	7%	3
Convocatoria concurso de fotografía	5%	2
Mensajes de los lectores	5 %	2
TOTAL	100%	38

Cuadro de datos elaborado por Brenda Contreras Paredes. Año 2008

### 1.3.4 ERES NIÑOS

Año 10 No. 119

Revista de periodicidad mensual cuyo precio es de 22 pesos. Aunque, como refiere su nombre, está destinada a niños, parte de su contenido como pasa con *Big Bang*, corresponde a temas adolescentes y juveniles.



El 56 por ciento del contenido de esta revista está cubierto por publicidad. Destacan anuncios de series

de televisión abierta y por cable, artistas juveniles, comida poco adecuada por su valor nutritivo, películas, parques de diversiones, páginas web, juguetes y otros artículos infantiles, además de tonos, imágenes y videos para celular.

También se observaron anuncios introducidos en los contenidos informativos y de entretenimiento. Es común encontrarse con pasatiempos que involucran a personajes de series de televisión y reportajes sobre empresas.

Respecto a estos últimos, se refiere que la empresa fue visitada por un niño, pero cabe destacar que la participación del infante se basa en aparecer en las fotografías, porque éstas y los textos que las describen estuvieron a cargo de adultos.

La edición ofrece tarjetas cómicas, historietas y juegos de mes, entretenimiento que ocupa 24 por ciento del espacio.

Además se añaden datos curiosos sobre especies animales y deportes. En este número, los datos aluden al borrego cimarrón y a los juegos paralímpicos

Destaca en dos de sus páginas, 4.5 por ciento, un fotorreportaje sobre las actividades llevadas a cabo por niños en su escuela.

Finalmente otro 4.5 por ciento corresponde a fotos enviadas por los niños y acompañadas por un comentario realizado por la editorial, sin previa autorización de quien envía la foto.

El recorte corresponde a una de las fotografías publicadas por *Eres niños*.



### Cuadro comparativo

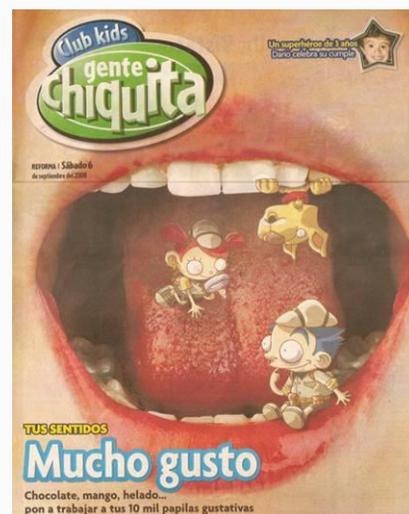
Contenido	Porcentaje	Páginas
Publicidad	56%	26
Entretenimiento	24%	11
Datos curiosos sobre especies animales y deportes	11%	5
Reportaje de la escuela realizado por niños	4.5%	2
Fotos e interpretación de éstas	4.5%	2
<b>Total</b>		<b>41</b>

Cuadro de datos elaborado por Brenda Contreras Paredes. Año 2008

### 1.3.5 GENTE CHIQUITA

Sábado 6 de septiembre de 2008

Es el suplemento infantil semanal que el periódico Reforma introduce en sus ediciones sabatinas. El diario tiene un costo de doce pesos.



La publicidad abarca el 65 por ciento de su contenido y está constituida por espectáculos infantiles comerciales, dulces, cintas fílmicas y series televisivas, tanto infantiles como juveniles, juguetes, artículos electrónicos y centros educativos.

Se observa que parte de sus menciones publicitarias están introducidas en los contenidos informativos y de entretenimiento. Es el caso de un reportaje sobre el cumpleaños de un niño, cuya fiesta infantil, se refiere, fue realizada en el salón *Yupy Upy* de Interlomas.

Cada semana se ocupa un espacio importante de la edición en el tema de la semana. En esta ocasión, en 3 páginas —21 por ciento— abarcaron información sobre el sentido del gusto: las partes de la lengua, su funcionamiento y datos curiosos sobre lo ocurrido en el caso de los animales.

Una página —7 por ciento— se destina a un crucigrama, en el cual las palabras que le constituyen responden a preguntas sobre los juegos olímpicos Beijing 2008.

La cuarta parte de una página, lo que representa 2 por ciento de su contenido, lo ocupa la convocatoria a un concurso de historias escritas sobre el *halloween* y el día de muertos. Los escritos elegidos serán publicados e ilustrados en la portada del mes de noviembre.

Otra cuarta parte de página, la ocupa un buzón de lectores, cuyos mensajes son contestados por una psicóloga que se hace llamar “Sofía”. Cada número del suplemento da espacio al mensaje de un niño(a) que le pide un consejo de tipo conductual.

“Sofía”, también es la responsable de recomendar un libro en cada edición, en un espacio que aparece junto a su consejo, y el cual ocupa la quinta parte de la página —1.5 por ciento—.

Finalmente el 1.5 por ciento restante se destina a la publicación de chistes enviados por los niños.

Contenido	Porcentaje	Páginas
Publicidad	65%	9.1
Tema de la edición	21%	3
Deportes	7%	1
Convocatoria de concurso	2%	.25
Buzón consejos psicológicos	2%	.25
Recomendación libro	1.5%	.2
Chistes enviados por niños	1.5%	.2
<b>Total</b>		<b>14</b>

Cuadro de datos elaborado por Brenda Contreras Paredes. Año 2008

### 1.3.6 Observaciones generales

Luego de la revisión anterior, se concluye que el panorama del periodismo infantil en México es desalentador. En las publicaciones infantiles se observan contenidos juveniles desequilibrio entre la publicidad y la información, así como de escasa a nula participación por parte del niño.

Es de destacarse que entre los aspectos asertivos de las publicaciones se encuentran los datos mundiales, información sobre las especies animales y conocimientos culturales.

La mayor parte de estos datos son curiosos, actuales y sobresalientes, tres de las siete cualidades que debe tener la noticia, señaladas por el periodista estadounidense Carl N. Warren.<sup>22</sup>

Con todo y estos aciertos, es común encontrar publicidad inmersa en el contenido informativo y de entretenimiento, creando confusión entre lo que es real y la estrategia de mercado. Además en gran parte del espacio publicitario se difunden anuncios de comida con poco valor nutritivo, así como artículos lúdicos lejanos a las posibilidades económicas de poblaciones infantiles como la del municipio de Nezahualcóyotl.

<sup>22</sup> Para Carl N. Warren la noticia debe cumplir con siete características actualidad, proximidad, prominencia, curiosidad, conflicto, suspenso, emoción y consecuencias. Véase Rafael Yanes Mesa, "La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura", Ámbitos número 9-10, Universidad de Sevilla, Sevilla España, 30-10-2002, disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/168/16801013.pdf>, acceso 12 de noviembre del 2007.

En el contenido, primordialmente de *Eres niños*, se involucra información para jóvenes, tales como grupos de música pop y series juveniles.

En las tres revistas analizadas se invita al niño a adquirir tonos e imágenes de celular cuya indicación de costo (de 6 a los 30 pesos por modalidad) aparece con letras diminutas.

Tales consideraciones, reiteran la necesidad de “publicaciones” y no “publicidades”, cuyos objetivos converjan en los intereses del niño y permitan su libre participación. *Nidus, la revista*, persigue tales objetivos.

La palabra revista significa espacio para almacenar dinamita. Una revista está llena de sorpresas y puede explotar. Puede explotar en cualquier momento.

*Fernando Gutiérrez*

## CAPÍTULO 2

# YO QUIERO UN ESPACIO PARA ALMACENAR DINAMITA.

### Definición y estructura de una revista

#### 2.1 ¿UNA REVISTA? Definición

Si acudimos al diccionario para llegar a la palabra revista encontraremos: *revista. f. Publicación periódica con escritos sobre varias materias, o sólo sobre una*<sup>23</sup>, pero tenemos como alternativa la definición postulada por Lewis Blackwell: *Una revista no es una sola cosa, sino muchas; se define por su publicación repetitiva y un poco más; no se define en absoluto por sus contenidos y cada vez menos por su formato.*<sup>24</sup>

Para Fernando Gutiérrez las revistas son las peligrosas amigas de los libros, siempre inquietas por subvertir alguna norma, y al mismo tiempo el pariente inteligente de los periódicos, pues visten un mejor papel, una buena tinta y excelente encuadernación.<sup>25</sup>

Quizá sean estos atributos los que las han llevado a convertirse en unos de los instrumentos de comunicación más persuasivos desde 1741, año en que Benjamín Franklin publicó su *General Magazine*.

<sup>23</sup> Antonio Raluy Poudevida, *Diccionario Porrúa de la lengua Española*, México, D.F, edit. Porrúa, 1998, p. 663

<sup>24</sup> Jeremy Leslie, *Nuevo diseño de revistas*, Barcelona, España, edit. Gustavo Gili, 2003, p. 6.

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

Desde aquella fecha se describía a la revista como una publicación libre en su formato y contenido. Leslie Jeremy en *Nuevo diseño de revistas*, afirma que no existe ningún estándar de tamaño, formato o extensión que impida que funcionen pero al momento de imprimirla, el tamaño de la prensa o del papel, pueden limitar al diseñador.

El tamaño de página está determinado por el ancho de las bobinas de papel y por el tamaño del tambor de las imprentas offset utilizadas para imprimir las revistas de mayor tiraje. Las dimensiones convencionales son: carta (21.5 x 28 cm), oficio 21.5 x 34 cm), media carta (21 x 14 cm), medio oficio (17 x 21.5) y tabloide (43 x 28 cm), poster (60 x 40 cm. o 70 x 90 cm).

## **2.2 SUS PARTES. Estructura**

De acuerdo con los autores Marín y Leñero en *Manual de Periodismo*, tanto los diarios como las revistas están definidos por dos fisonomías: el editorial y la gráfica; el primero está determinada por su contenido e ideología; y la segunda está dada por sus partes: presentación, tamaño, tipo de letra, materiales y clase de papel. La fisonomía editorial es hasta cierto punto, dependiente de quienes están a cargo de la revista, pero la fisonomía gráfica, precisa de algunas consideraciones que habrá que tomar en cuenta.

## 2.2.1 Fisonomía gráfica

La *portada*. Independientemente de los contenidos variables que ésta pueda presentar, la pieza clave es la *cabecera*, el nombre y cómo se presenta. Acompañada del nombre aparece la *leyenda o slogan*, algunos titulares y datos de referencia como son: el precio, el número, el mes, el año, el código de barras y una imagen representativa.



También, debe contar con una *contraportada*, que junto a la portada proporcionan la encuadernación de la revista, una *contraportada anterior* —al reverso de la portada— y una *anterior*, —detrás de la contraportada—. Generalmente estas tres páginas están ocupadas por publicidad.



*Contraportada*



*Contraportada anterior*



*Contraportada posterior*

Después, viene la *página editorial*, mediante la cual como previo al contenido, omitiendo la firma personal, se emite una opinión sobre algún tema coyuntural, por parte del consejo editorial o director de la revista.

Ejemplo:



## LO QUE NO HA CONTESTADO EL ALCALDE DE LEÓN

La barbaridad transmitida por la televisión nacional nos ha enseñado de manera cruda el grado de ineptitud de la clase política local mexicana. Sin duda que en este caso se muestran, además, la raídas ideas de una derecha ultramontana de comerciantes venidos a más, adoctrinados persistentemente por una clerecía aferrada a la imposición de su moral pacata y de un orden al estilo nacional —catolicismo español, que tolera e incluso promueve la utilización del poder público para hacer o proteger negocios privados, pero intolerante con cualquier forma de disenso moral en cuestiones de sexualidad o de cultura. Una derecha autoritaria que quiere jugar a la mano dura.

Entre las primeras tres páginas de la revista, aparece la estructura editorial: nombre del editor, diseñador, ilustrador, corrector de estilo, asistente de editor, entre otros. Además, aparece un espacio con los siguientes datos: identificación legal, del país, el lugar de edición, el período, el copyright y el ISSN, por sus siglas en inglés: *International Standard Serial Number*.

Ejemplo:

SUMARIO		news
14	LA SUTERA PERÚ	
15	FRACASO DE UNO	
16	LA SUTERA PERÚ	
17	LA SUTERA PERÚ	
18	LA SUTERA PERÚ	
19	LA SUTERA PERÚ	
20	LA SUTERA PERÚ	
21	LA SUTERA PERÚ	
22	LA SUTERA PERÚ	
23	LA SUTERA PERÚ	
24	LA SUTERA PERÚ	
25	LA SUTERA PERÚ	
26	LA SUTERA PERÚ	
27	LA SUTERA PERÚ	
28	LA SUTERA PERÚ	
29	LA SUTERA PERÚ	
30	LA SUTERA PERÚ	
31	LA SUTERA PERÚ	
32	LA SUTERA PERÚ	
33	LA SUTERA PERÚ	
34	LA SUTERA PERÚ	
35	LA SUTERA PERÚ	
36	LA SUTERA PERÚ	
37	LA SUTERA PERÚ	
38	LA SUTERA PERÚ	
39	LA SUTERA PERÚ	
40	LA SUTERA PERÚ	
41	LA SUTERA PERÚ	
42	LA SUTERA PERÚ	
43	LA SUTERA PERÚ	
44	LA SUTERA PERÚ	
45	LA SUTERA PERÚ	
46	LA SUTERA PERÚ	
47	LA SUTERA PERÚ	
48	LA SUTERA PERÚ	
49	LA SUTERA PERÚ	
50	LA SUTERA PERÚ	
51	LA SUTERA PERÚ	
52	LA SUTERA PERÚ	
53	LA SUTERA PERÚ	
54	LA SUTERA PERÚ	
55	LA SUTERA PERÚ	
56	LA SUTERA PERÚ	
57	LA SUTERA PERÚ	
58	LA SUTERA PERÚ	
59	LA SUTERA PERÚ	
60	LA SUTERA PERÚ	
61	LA SUTERA PERÚ	
62	LA SUTERA PERÚ	
63	LA SUTERA PERÚ	
64	LA SUTERA PERÚ	
65	LA SUTERA PERÚ	
66	LA SUTERA PERÚ	
67	LA SUTERA PERÚ	
68	LA SUTERA PERÚ	
69	LA SUTERA PERÚ	
70	LA SUTERA PERÚ	
71	LA SUTERA PERÚ	
72	LA SUTERA PERÚ	
73	LA SUTERA PERÚ	
74	LA SUTERA PERÚ	
75	LA SUTERA PERÚ	
76	LA SUTERA PERÚ	
77	LA SUTERA PERÚ	
78	LA SUTERA PERÚ	
79	LA SUTERA PERÚ	
80	LA SUTERA PERÚ	
81	LA SUTERA PERÚ	
82	LA SUTERA PERÚ	
83	LA SUTERA PERÚ	
84	LA SUTERA PERÚ	
85	LA SUTERA PERÚ	
86	LA SUTERA PERÚ	
87	LA SUTERA PERÚ	
88	LA SUTERA PERÚ	
89	LA SUTERA PERÚ	
90	LA SUTERA PERÚ	
91	LA SUTERA PERÚ	
92	LA SUTERA PERÚ	
93	LA SUTERA PERÚ	
94	LA SUTERA PERÚ	
95	LA SUTERA PERÚ	
96	LA SUTERA PERÚ	
97	LA SUTERA PERÚ	
98	LA SUTERA PERÚ	
99	LA SUTERA PERÚ	
100	LA SUTERA PERÚ	

AÑO 31 VOL. XXX NUM. 368 AGOSTO DE 2008

**Director**  
José Woldenberg

**Director general**  
Rafael Pérez Gay

**Editor**  
Ciro Murayama

**Subdirector general**  
Andrés Hofmann

**Asistente editorial**  
César Silva Gamba

**Director de administración**  
Bernardo Ortigoza Díaz

**Diseño**  
Angélica Musalem Achar

**Jefa de publicidad**  
Martha Elba Gallegos

**Producción**  
Lecnel Irejc Mencoza

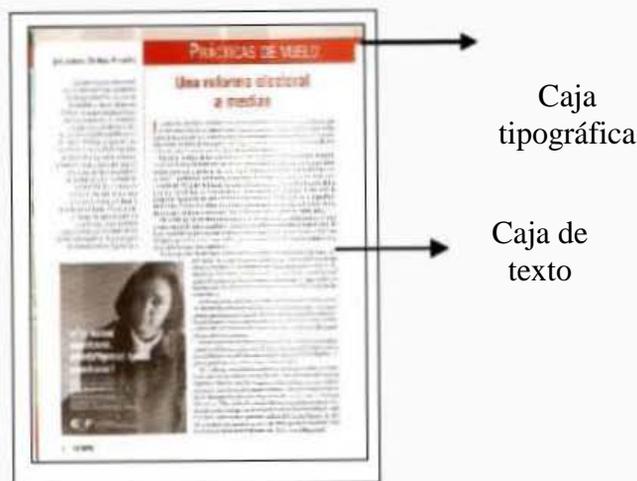
El *sumario* es imprescindible, actúa como centro de operaciones, normalmente aparece en las primeras páginas y en él se enlista todo el contenido de la revista junto con la referencia de la página, uno de los principios básicos de señalización. En algunas publicaciones estas referencias van acompañadas de imágenes, de esta manera, cada revista construye su propia identidad, para así establecer una relación con el lector.



Dentro del contenido de la revista, encontramos a las *cajas* o *manchas tipográficas*, es decir, el espacio en donde se distribuyen los elementos

Dentro del contenido de la revista, encontramos a las *cajas o manchas tipográficas*, es decir, el espacio en donde se distribuyen los elementos tipográficos de la publicación, están determinadas por el primer motivo tipográfico de la página (letra, imagen, marco, folio), hasta el último, el cual determinará el fin de ésta. Tanto de manera horizontal como vertical.

Está también, *la caja de texto o mancha de texto* es el objetivo central de la impresión en cada página.



### **Recursos ornamentales**

Los ornamentos de la edición son los elementos que deben tomarse en consideración al momento de realizar el diseño editorial de cualquier proyecto que se desea editar. Estos elementos intervienen básicamente en el diseño de las páginas. A continuación se indican:

*Aire.* Son los espacios que se dejan libres en cada página. La dimensión del aire depende de los márgenes programados para la mancha del texto.

*Capitular.* Inicial que se coloca al comienzo de un capítulo o de una parte importante de cualquier impreso.

*Sangría.* Es el margen izquierdo que acompaña a la primera línea de un párrafo. Generalmente se utiliza después del primer párrafo.

*Cornisa.* Es un elemento de identificación de la obra que se ubica en la parte superior; inferior, lateral derecha o lateral izquierda de la caja de texto.

*Título.* Es una palabra o frase que permite conocer el nombre o el asunto del tema

*Créditos.* Autor o autores del texto y/o imagen del documento

*Interlínea.* Es el espacio entre línea y línea. Su cálculo depende del tamaño de la tipografía.

*Medianil.* Es el espacio intermedio entre una y otra columna de texto.

*Folio.* Es el número consecutivo que se coloca en cada página y que determina el orden de la edición.



**Colgado.** Es el espacio libre del límite de la caja texto al inicio del capítulo o sección.

**Imágenes.** Fotos, caricaturas, gráficas, infogramas (esquemas elaborados por computadora para simular lo referido en el texto).

*Interpárrafo.* Es el espacio libre entre párrafo y párrafo.

*Piojos.* Son puntos o manchas que aparecen en la página formada o en el negativo: A menudo éstos se manifiestan debido a una mala impresión.

*Heridas.* Son letras incompletas que aparecen en la impresión de una página y, por lo general, también son producto de una mala impresión.

*Viuda.* Es la última línea de un párrafo. Generalmente se compone de menos de cinco letras o signos, incluyendo el punto final.

*Empastelado.* Es la repetición errónea de una o más líneas dentro de un mismo párrafo.

*Callejón.* Es la formación vertical (una debajo de la otra) de dos o más palabras iguales, incluso de cinco signos de puntuación.

*Huérfanos (as).* Son líneas que debido a la extensión del texto quedan al principio o al final de una página.

*Bando.* Es el margen izquierdo que se aplica a uno o más párrafos completos para destacar su contenido.

*Ladillos.* Especie de subtítulos que cumplen la función de descansos de lectura o apoyos del texto.

*Icono.* Es una imagen o representación que sustituye a un objeto o a una idea por analogía o simbólicamente. En las revistas, por ejemplo, se emplea para representar con imagen, signo o símbolo, el concepto fundamental de la publicación.<sup>26</sup>

<sup>26</sup>Apuntes proporcionados por el profesor Carlos Benítez, cuando impartía la asignatura *Trabajo editorial de imprenta y corrección de estilo*, durante el 6to. Semestre del periodo generacional 2002-2005, grupo 2604, de la licenciatura en Comunicación y Periodismo.

María Guadalupe Reyes Rojas. *Nuevas tecnologías en la industria editorial y de imprenta en México. Manual*, tesis de licenciatura en periodismo y comunicación colectiva, ENEP Aragón, 1996.

Curso-Taller Editorial, *Material didáctico*, México, Versal Producción Editorial, 13 de mayo de 1997.

José Martínez de Sousa, *Diccionario de tipografía y del libro*, Madrid, Editorial Paranito, 1995.

Colgado

# ¿Qué es la alineación?

## ¿Cómo saber cuando un vehículo la necesita?



Imagen

Imagen

Interpárrafo

Interpárrafo

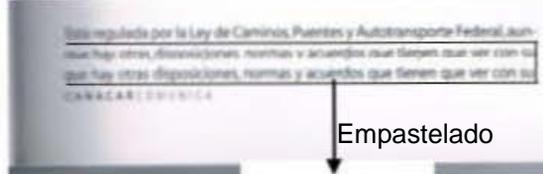
Tomando al perro por el collar y guiándolo con el premio o el juguete lo vamos llevando entre los palos entrando siempre por el lado izquierdo. Lo que es importante en este caso es

Viuda

Piojos

Viuda

Piojos



Empastelado

Empastelado

Heridas

Heridas

### ¿Cómo se conforma un binomio?

Los perros voluntarios, antes de integrarse a los equipos de trabajo, están sometidos por el dueño y su perro de compañía, quienes al iniciar el trabajo se enfrentan en Casa Compañía Animal de Servicio Institucional, A.C., al equipo conformado por el Manejador Responsable y los Perros de Terapia.

Callejón

Callejón

Es así que todavía podremos disfrutar de la auténtica vainilla en nuestro país por mucho tiempo y cantar, junto con el poeta Manuel Maples Arce, sus cualidades:

Bando

Bando

*Bajo abrasantes soles tropicales por el camino voy de la vainilla; absorbo, con ojos sensuales, descubro del Tajín la maravilla.*

Huérfanos

Huérfanos

- Mantener una constante comunicación con procuradores, subprocuradores y agentes del Ministerio Público, para dar el seguimiento al delito.
- Pedir la reconstrucción de los hechos al área especializada para la atención del delito de la PFI.



CONTRACRÍTICA

Viñeta

Viñeta

Ladillo

Ladillo



Icono

Icono

## CAPÍTULO 3

### ESCOJA USTED MATARILE, RILE, RON.

#### El proyecto

Como bien se menciona en la introducción de esta investigación, Nidus, la revista: periodismo hecho por ti y para ti, pretende ser una publicación mensual para niños entre ocho y doce años, cuyos objetivos consisten en permitirle al niño participar como colaborador: al investigar, analizar y escribir; y como lector: al informarlo acerca del acontecer nacional e internacional, ofrecerle datos sobre animales e involucrarlo en actividades deportivas, culturales, entre otros temas.

La intención de este apartado consiste en un estudio de mercado cuantitativo, cuya realización nos permitió conocer los intereses lectores y el perfil socio-cultural de nuestros posibles lectores y un estudio cualitativo que por medio de 4 ejes de estudio amplió esta información y permitió un acercamiento más directo al público meta.

Analizamos nuestro mercado competitivo, es decir nuestra competencia directa, indirecta y el mercado de anunciantes para posteriormente definir las características generales de nuestra revista como son tiraje, periodicidad, precio público, distribución, así como nuestra filosofía editorial.

Asimismo, una vez que se obtuvieron cotizaciones de imprenta y servicios, delimitamos nuestros mecanismos de financiamiento, carpeta de ventas, relación de publicidad, entre otros.

## Justificación

Convencidos de que el niño es un ser capaz de reproducir y transformar su entorno, apto para asimilar, buscar, realizar y perfeccionar habilidades antes adquiridas; se acrecienta nuestro impetuoso ideal de hacer periodismo infantil.

Retomando al autor Vaughn Charnley, el periodismo es una labor que se puede describir y enseñar y que puede ser transmitida por quienes la han estudiado y practicado —y la comprenden—, a otros que posean la capacidad y el firme deseo de desarrollarla.

En base a estos fundamentos, en la segunda mitad del año 2007, se desarrolló un seminario-taller dirigido a niños entre ocho y once años de edad, mediante el cual se dieron a conocer los fundamentos generales del periodismo, exponiendo la definición y características de sus géneros. Durante dicho curso se realizaron trabajos periodísticos y posteriormente los asistentes eligieron los más relevantes con el propósito de que éstos integran el contenido del *dummy* (prototipo de cómo quedará la pieza final) de la revista, cuyo impresión se efectuó a principios del año 2008. No obstante, sabemos que a dicho proyecto le son indispensables los elementos en lo que se trabajaron durante este apartado y cuyos resultados se presentan a continuación.

Cabe mencionar que el estudio realizado sobre las publicaciones infantiles actuales, así como el presente estudio de mercado revela que el escenario hallado es crítico y preocupante. Los escasos medios impresos interesados en el tema siguen siendo elaborados por adultos, quienes muestran al mundo a partir de una llamada línea política propia del medio al cual pertenecen, además de caracterizarse por un completo desequilibrio entre los contenidos editoriales y los publicitarios. La temática de las revistas y los suplementos infantiles que sobreviven se centralizan en publicidad perteneciente a distintas cadenas televisivas o videojuegos.

Los niños dedican poco tiempo a la lectura no por falta del mismo, ni por desagrado, sino porque la oferta de lectura para ellos es poco accesible y pobremente variada, el estudio revela que lo leído por ellos generalmente no es su elección sino que se trata de lo proporcionado o por la escuela o por lo padres.

Asimismo, saben poco de las revistas que actualmente circulan, un porcentaje mínimo dice conocerlas y de ese porcentaje casi nadie puede dar referencias de las mismas.

*Nidus: la revista infantil periodismo hecho por ti y para ti*, no sólo representa una alternativa de lectura, sino que deja de ver al niño como el incapaz, es una respuesta a su derecho de expresión, una alternativa para que mediante el conocimiento de la realidad pueda participar en ella.

No es un mero eslogan publicitario, es una responsabilidad impostergable: *sin participación infantil, no hay democracia, acto seguido, sin medios de comunicación hechos por y para los niños, no hay participación infantil real.*

### **3.1. EL MERCADO. Estudio de mercado**

#### **3.1.1. Estudio cuantitativo**

Con el objetivo de conocer los intereses lectores, así como el perfil socio-cultural del lector a captar, se realizaron un total de 100 cuestionarios a niños entre ocho y once años, quienes cursan la primaria en escuelas públicas del municipio de Nezahualcóyotl. Es cierto que un trabajo estadístico profesional requeriría de una muestra estadística mayor, no obstante, dicha estadística implicaría una inversión mayor en tiempo y recursos; y toda vez que nuestro objetivo no es el estudio de la población infantil del municipio, se optó por este número de cuestionarios.

La encuesta se realizó en 5 primarias ubicadas en los alrededores del Centro Regional de Ciudad Nezahualcóyotl, se aplicaron 20 cuestionarios por escuela, y se eligió un grado escolar distinto en cada una, de manera que el 26% de nuestros encuestados tiene 8 años, 24% 9 años, 27% 10 años y 28% 11 años.

## Edad

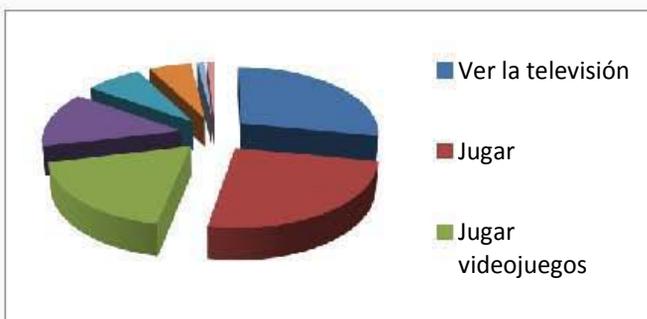


De los encuestados 43% son del sexo masculino y el 57% del femenino.

## Sexo



## 1.- ¿Qué haces en tu tiempo libre

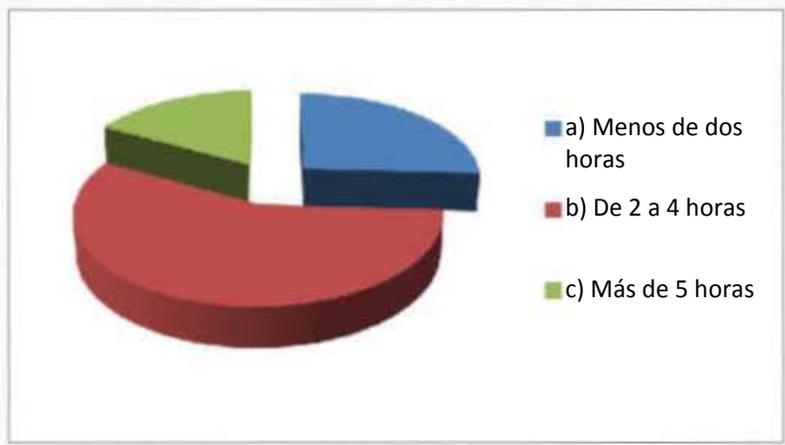


Se trata una pregunta de tipo abierta, cuya intención era la de permitir que los niños expongan en que invierten su tiempo libre y así tener una idea más clara del perfil socio cultural de nuestro público. Se observa que en la mayoría de las respuestas proporcionadas por los niños se mencionan más de dos actividades, y se deduce que el 84% de los cuestionados ven la televisión, 45% juega con sus amigos, 73% juega videojuegos, 26% lee, 7.6% hace deporte, y el 5.7% realiza tarea, el 1% va al parque y otro 1% menciona que descansa.

se deduce que el 84% de los cuestionados ven la televisión, 45% juega con sus amigos, 73% juega videojuegos, 26% lee, 7.6% hace deporte, y el 5.7% realiza tarea, el 1% va al parque y otro 1% menciona que descansa.

Es decir, la lectura en los niños ocupa el 4to. lugar dentro de sus actividades de tiempo libre muy por debajo de la televisión, los juegos recreativos y los videojuegos, el motivo de este resultado lo iremos conociendo a lo largo del análisis de la encuesta.

## 2.- ¿Cuánto tiempo pasas haciendo esta(s) actividad(es)?



Para contestar dicha pregunta tenían tres respuestas como opciones: a) Menos de dos horas b) De 2 a 4 horas c) Más de 5 horas. El 26% eligió el inciso a, 57% el b, y 17% el c.

Una cantidad considerable de tiempo libre de los niños es ocupado por estas actividades, lo que nos permite deducir que la carencia de éste no es factor determinante de la falta de lectura en los niños, en otras palabras hay tiempo de sobra para que el niño pueda invertir parte de él en la lectura.

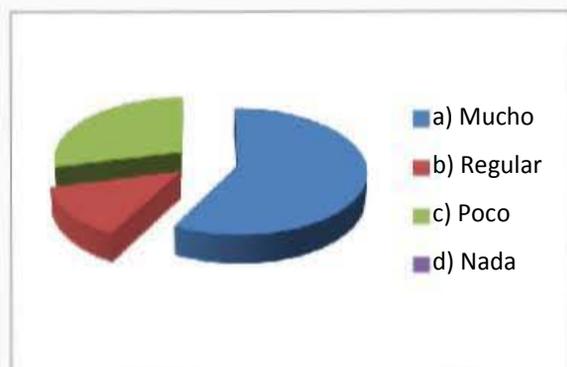
### 3.- ¿Cuántas horas al día lees?



Pregunta de opción múltiple que arroja los siguientes resultados: el 71% lee menos de dos horas, el 22% de dos a 4 horas, mientras que el 7% indica leer más de 5 horas. Los resultados de ésta pregunta no son más que la confirmación de la lamentable inversión mínima en lectura lograda en la población infantil.

Paradójicamente, la considerable cantidad de tiempo libre del que, según nos revela la pregunta 3, disponen los niños, un porcentaje muy alto de ellos invierten poco de éste para leer y los motivos se irán desglosando en los resultados de las siguientes preguntas.

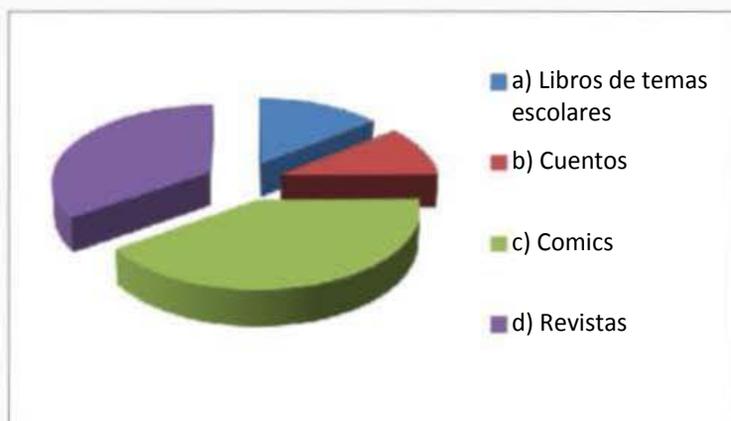
### 4.- ¿Qué tanto te gusta leer?



De las opciones a) Mucho b) Regular c) Poco d) Nada, que se tenían para esta pregunta, el 52% eligió a, el 12% b, el 36% c, y ningún encuestado optó por d.

Veamos, los resultados de la pregunta 1 y 3 de esta encuesta revelan el poco tiempo que los niños dedican a la lectura, pese a que cuentan con una considerable cantidad de tiempo libre, como lo dejan ver las respuestas de la pregunta 2, sin embargo esta pregunta (4) en cuyos resultados los niños expresan un gusto considerable por la lectura (a más de la mitad le gusta mucho y a ninguno expreso desagrado), nos llevan a deducir que si bien hay una evidente falta de lectura en los niños, no es ni por falta de tiempo, ni por falta de agrado.

#### 5.- ¿Qué lees con más frecuencia?



El 49% refirió que su lectura más habitual consiste en libros de temas escolares, el 37% dijo leer cuentos, en tanto que un 7% leí comics y el otro 7% revistas.

Que casi la mitad lea sólo libros escolares y cuentos, que se sabe, es lo más común en lectura para niños y sólo un porcentaje mínimo optó por comics y revistas, es una muestra contundente de que generalmente los niños no leen lo que más les agrada, sino lo que tienen a su alcance o los adultos ponen a su alcance.

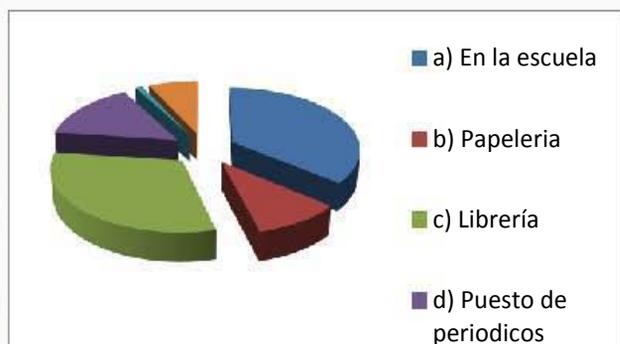
## 6.- ¿Quién compra lo que lees?



El 46% indicó que lo que leen se los proporciona la escuela, el 37% refirió que sus padres, un 11% lo compran ellos mismos, el 5% sus hermanos y el 1% sus tíos.

El hecho de que sólo un porcentaje mínimo compre lo que le gusta, refuerza lo conjeturado en los datos de la pregunta anterior, lo leído por los niños en muy pocos casos es elegido por ellos, generalmente es la escuela y los padres lo que se encargan del asunto.

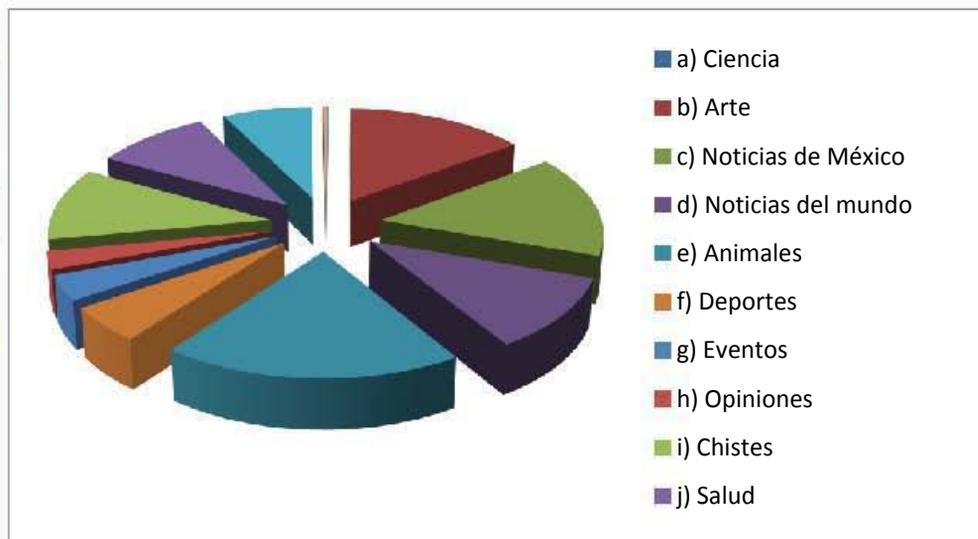
## 7.- ¿Dónde encuentras lo que te gusta leer?



Para dicha pregunta, las opciones con sus respectivos porcentajes fueron: a) En la escuela 36% b) Papelerías 10% c) Librerías 31% d) Puesto de periódicos 15% e) Supermercado 1% f) Biblioteca 7%.

Estos datos son de suma importancia como referencia para precisar los sitios mediante los cuales debe ser distribuida la revista, es la escuela y las librerías los sitios que los niños ubican para conseguir lo que leen.

## 8.- ¿Sobre qué temas te interesa leer?

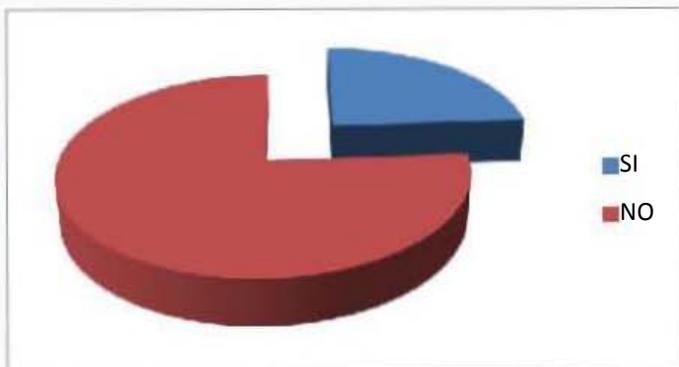


La pregunta tiene como opciones de temas:

a) Ciencia, b) Arte, c) Noticias de México, d) Noticias del mundo, e) Animales, f) Deportes, g) Eventos, h) Opiniones, i) Chistes, j) Salud, i) Sexualidad, j) Otro. Se aclara que pueden elegirse una o más opciones, por lo que para cada inciso hay un porcentaje. Ciencia 78%, arte 67%, noticias de México 69%, noticias del mundo 49%, animales 87%, deportes 24%, eventos 17%, opiniones 12%, chistes 49%, salud 43%, sexualidad 33%, además el 1% colocó en otro el tema telenovelas y moda.

Se trata de los temas que abarcan las secciones previstas para la revista *Nidus*, es interesante observar que la totalidad de los temas son de interés en los niños, algunos en mayor proporción que otros, lo que tiene que ver con intereses de género y gustos, una parte muy mínima de la población infantil propuso otro tema distinto al propuesto.

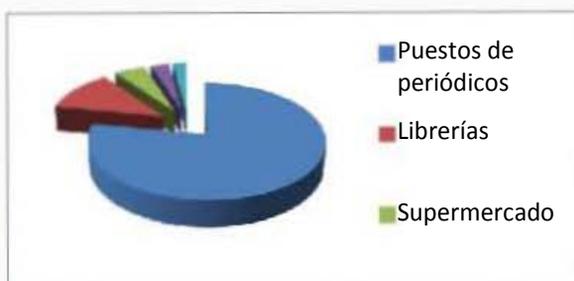
### 9.- ¿Lees revistas infantiles?



Toda vez que las preguntas 10, 11, 12 y 13 eran relativas al tema de revistas infantiles, si la respuesta a esta pregunta era “si” se indicaba seguir contestando el cuestionario, pero si la respuesta era “no” se pedía pasar a la pregunta 14. En este sentido, 76% de los encuestados refirieron no leer revistas infantiles, mientras que el 24% dijo hacerlo; en tanto de este 24%, a la pregunta ¿cuáles? que aparecía de forma inmediata a la pregunta, solo cuatro niños escribieron nombres, dos de ellos dijeron leer la revista Barbie, uno la revista Tom y Jerry, y uno más la revista Atrévete a soñar, cuyo tema debió ser sólo el del número de alguna revista toda vez que dicho nombre no existe en las revistas de circulación periódica.

Los niños tienen un escaso casi nulo conocimiento de las actuales revistas de circulación, pocos recuerdan nombres, los datos expresados en las temáticas de dichas revistas, se conocerán en las siguientes cuestiones.

#### 10.- ¿Dónde la(s) consigue(s)?

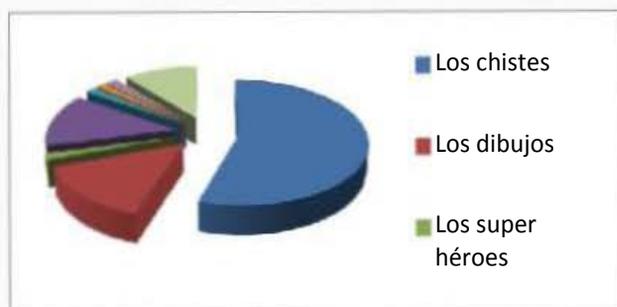


De este 24% de la población encuestada que indicó leer revistas infantiles, el 78% las consigue en puestos de periódicos, 12% en librerías, 5% en supermercados, 3% papelerías y 2% en la escuela.

De este 24% de la población encuestada que indicó leer revistas infantiles, el 78% las consigue en puestos de periódicos, 12% en librerías, 5% en supermercados, 3% papelerías y 2% en la escuela.

Dato interesante que complementa los resultados de la pregunta 7, en relación a los sitios que los niños tienen considerados para encontrar lo que leen, el puesto de periódicos cuando se trata de revistas es un lugar imprescindible.

### 11.-¿Qué es lo que más te gusta de estas revistas?



Pregunta abierta en la que se observa que al 72% le gustan los chistes, al 19% los dibujos, al 2% los superhéroes, al 18% las fotos, a otro 2% le gusta las caricaturas, 2% más las noticias, el 1% dice gustarle que le ayuda aprender, y 1% más menciona los cuentos y el 14% no contestó la pregunta.

Datos ineludibles para poder conocer los intereses de los niños, y aún cuando sido considerados para la revista, representan también una base para no prescindir de éstos.

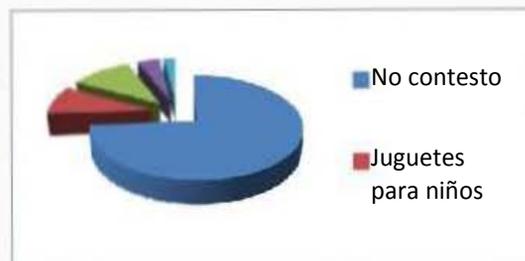
## 12.- ¿Qué eliminarías de estas revistas?



El 48% (del 24% que indicó leer revistas infantiles) no contestó la pregunta, el 18% escribió "nada", el 4% refirió que eliminaría las mujeres desnudas, el 6% las groserías, el 11% la publicidad y el 13% las caricaturas.

Un porcentaje muy elevado omitió su respuesta, lo que podría indicar que no desean eliminar nada, pero toda vez que la situación se repite en las cuatro preguntas que tienen que ver con las revistas actuales, se observa que en realidad los pocos niños que indicaron conocerlas o las han leído muy poco o en realidad no las han leído.

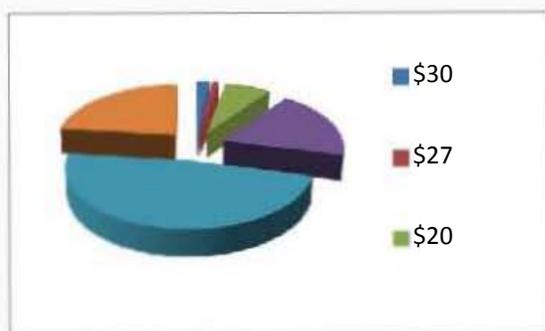
## 13.- ¿Qué le agregarías a estas revistas?



El 74% (de quienes refirieron leer revistas infantiles) no contestó esta pregunta, el 9% le agregaría juguetes para niños, el 11% más chistes, el 4% más dibujos y el 2% más temas sobre deporte.

Misma situación que lo observado en la pregunta anterior, los niños no tienen claro qué contestar puesto que no tienen un contacto real con las revistas actuales.

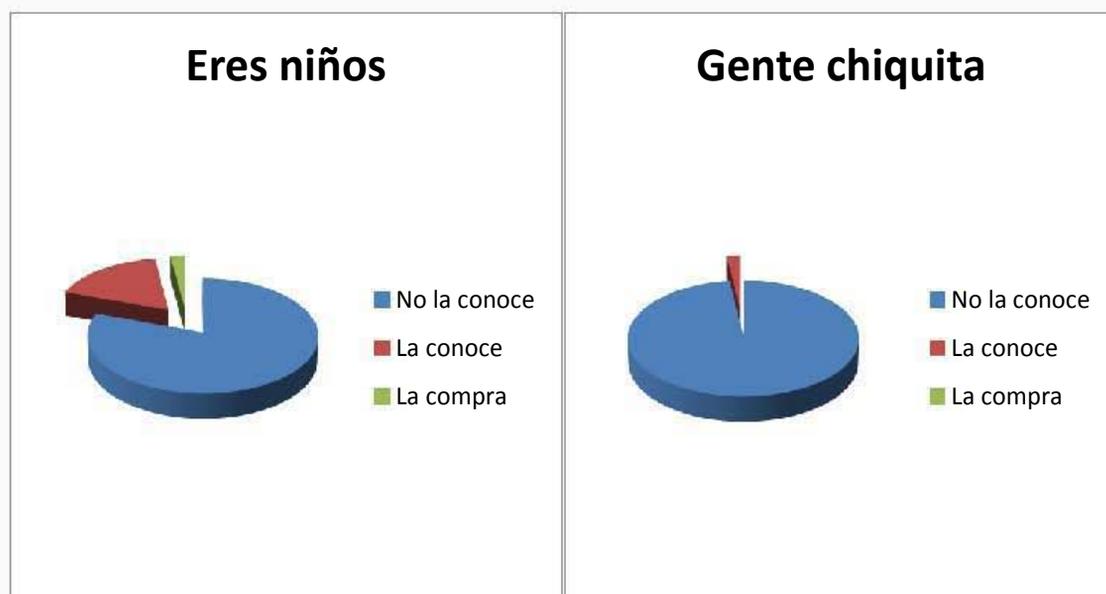
#### 14.- ¿Cuánto pagarías por una revista infantil?



2% pagaría \$30, 1% \$27, 7% \$20, 19% \$15, 48% \$10 y el 23% mencionó cifras menores a \$10.

Casi la mitad estaría dispuesto a pagar 15 pesos, un porcentaje importante menos de 10, no obstante que el precio debe definirse en base al presupuesto empresarial, es importante considerar estos datos para su efecto.

15.- De las siguientes publicaciones, marca con una A si las conoces, una B si las compras o una C si no las conoces



De esta forma se supo que de los niños encuestados 83% no conoce la revista Big Bang 83%, 14 sí la conoció y 3% la compra.

93% no conoce la revista Kids, 5% la conoce y 2% la compra.

De esta forma se supo que de los niños encuestados 83% no conoce la revista Big Bang 83%, 14 sí la conoció y 3% la compra.

93% no conoce la revista Kids, 5% la conoce y 2% la compra.

74% no conoce Eres niños, 16 % la conoce y 2% la compra.

98% no conoce Gente chiquita, 2% la conoce y nadie la compra.

Es notorio el desconocimiento sobre las revistas en circulación, la mayoría ignora hasta su existencia, las conocen unos cuantos y un porcentaje mínimo las compra.

### **Conclusiones generales de la encuesta**

Los resultados de este trabajo cuantitativo arrojan datos contundentes sobre los intereses y gustos lectores de los niños. Más de la mitad expresa mucho gusto por la lectura y nadie indica que le desagrada, a pesar de ello, es poco el tiempo dedicado a esta actividad, aun cuando tienen tiempo de sobra para efectuarla.

Como puede observarse no es ni la falta de tiempo, ni el desagrado, los factores que determinan la falta de lectura en los niños, en este sentido se conjetura que el asunto tiene que ver con las escasas alternativas de lectura, en comparación con

la variedad de programas televisivos existentes, la multitud de estilos y modelos de videojuegos, y obviamente el mundo de juegos recreativos con los que se divierten los niños, no hay punto de comparación entre esta variedad y los que hay en términos de lectura para ellos. Ante esta problemática se propone *Nidus* como una atractiva alternativa de lectura.

El hecho de que sólo el 7% tenga acceso a la lectura de revistas, aunado a que casi la mitad lee sólo libros escolares, es una muestra contundente de que generalmente los niños no leen lo que más les agrada, sino lo que tienen a su alcance, lo que los adultos ponen a su alcance.

Situación que puede avalarse, al observar que en un porcentaje mínimo son los niños quienes compran lo que leen, generalmente es la escuela y los padres los que se encargan del asunto.

Los temas sugeridos para poder conocer sus gustos e intereses, y los cuales se tienen considerados para la revista *Nidus* tienen un porcentaje importante de elección, lo que nos indica el agrado e interés por los mismos.

Datos claves en ese estudio es el casi 80% de los encuestados que asumen no leer revistas infantiles, y el hecho de que quienes indican leerlas, no puedan dar referencias mínimas de las mismas.

Ni mencionando los nombres de las publicaciones (en la última pregunta) modificó el resultado. Muy pocos niños tienen contacto con las revistas en circulación y quienes lo tienen es de manera o esporádica o única. Si, dichas revistas tienen altas ventas a lo largo del país, pero en esta zona, por lo menos nuestro público muestra ignora incluso su existencia.

### 3.1.2. Estudio cualitativo

Para tener referencias más amplias y detalladas sobre nuestro público meta es imprescindible analizar cuatro ejes básicos cuyos resultados nos permitirán conocer las preferencias, comprobar hipótesis, así como emitir conclusiones y propuestas.

- 1.- Perfil socioeconómico (Recursos económicos y nivel socioeconómico en el que se desenvuelve)
- 2.- Perfil cultural (Actividades culturales y recreativas)
- 3.- Usos y consumos de las TICs (Tiempo y tipo de TICs utilizado por los niños)
- 4.- Valores sociales (Valores de importancia, ideales y expectativas de vida)

## MATRIZ DE ENTREVISTA

Eje de análisis	Categoría de análisis o núcleos temáticos	Supuestos hipotéticos	Variables	Preguntas
Perfil socioeconómico	Nivel económico y recursos	El nivel socioeconómico es determinante para que los niños tengan acceso a medios impresos como las revistas infantiles.	Intereses personales Interés de los padres para adquirir las revistas	1.- ¿Asistes a escuela pública o particular? 2.- ¿Cuentas con servicios básicos en tu casa? a) Energía eléctrica b) agua potable c) teléfono 3.- ¿Tienes televisión de paga? 4.- ¿Tienes servicios de internet? 5.- ¿Sales a algún lugar de vacaciones? 6.- ¿A dónde? 7.- ¿Con qué frecuencia?

Perfil cultural	Cultural general	<p>La mayor parte del tiempo libre de los niños lo ocupa en la televisión.</p> <p>Los niños tienen poco acceso a los eventos culturales y deportivos, toda vez que al tratarse en su mayoría de eventos locales, la televisión no los difunde.</p>	<p>La edad</p> <p>Nivel socioeconómico</p> <p>Educación escolar</p> <p>Educación familiar</p>	<p>8.- ¿Qué haces en tus ratos libres?</p> <p>9.- ¿Has asistido a un evento cultural en los últimos seis meses?</p> <p>Si ¿De qué tipo?</p> <p>No ¿Por qué?</p> <p>10.- ¿Prácticas algún deporte?</p> <p>Si ¿Cuál(es)?</p> <p>11.- ¿Con qué frecuencia? a) Diario b) Dos veces por semana c) Una vez por semana d) Cada quince días</p> <p>No ¿por qué?</p> <p>12.- ¿Qué actividades recreativas realizas?</p> <p>13.- ¿Cómo te enteraste por primera vez de estas actividades?</p> <p>a) Por medio de la escuela</p> <p>b) Televisión</p> <p>c) Padres</p> <p>d) Otro ¿cuál?</p> <p>14.- ¿Qué lugares sueles visitar más a menudo?</p> <p>15.- ¿Con qué frecuencia lees?</p> <p>a) diario b) una vez por semana c) una vez al mes d) nunca</p> <p>16.- ¿Qué tipo de lectura acostumbras?</p>

Usos y consumos de las TICs	Importancia de las tecnologías de la información y la comunicación	La televisión es el medio de comunicación al que tienen mayor acceso los niños.	Intereses personales Intereses de los padres para adquirir las revistas.	17.- ¿Escuchas radio? 18.- ¿Con qué frecuencia? 19.- ¿Qué estación(es)? 20.- ¿Ves televisión? 21.- ¿Cuántas horas al día? 22.- ¿Qué programas? 23.- ¿Utilizas internet? 24.- ¿Con qué frecuencia? 25.- ¿Qué sitios visitas regularmente?
-----------------------------	--	---	---	--

26.- ¿Cómo prefieres enterarte de tus temas favoritos vía internet o leyendo diarios y/o revistas)

¿por qué?

27.- ¿Lees revistas?

No ¿por qué motivo?

a)no me interesan b)No sé dónde conseguirlas c)No se me permite adquirirlas

d)cuestan muy caras

Si

¿Con qué frecuencia?

28.- ¿Qué tipo de revista acostumbras leer?

29.- ¿Agregarías algún tipo de información a esta revista?

SI ¿Cuál sería?

NO

30.- Marca con una x el tipo de información que te gustaría leer: Ciencia( ) Arte( )

Noticias de México( ) Noticias del mundo( ) Animales( ) Deportes( ) Eventos( )

Opiniones( ) Chistes( ) Salud( ) Sexualidad( ) Otro( ) ¿Cuál?

Valores sociales	Tipos de valores	Los valores son determinantes para la elección de temáticas e intereses personales.	Obediencia a los padres. Falta de valores	<p>31.- ¿Qué crees que es lo más importante en la vida de los niños?</p> <p>32.- ¿Cuáles son los valores más importantes que debe tener un niño?</p> <p>33.- ¿Cuál de todas tus acciones es la que te hace sentir mejor?</p> <p>34.- ¿Qué te gusta de tu país?</p> <p>35.- ¿Qué cambiarías de él?</p> <p>36.- ¿A quién admiras?</p> <p>37.- ¿Por qué?</p>
------------------	------------------	---	--	---

## INTERPRETACION DE ENTREVISTAS

**Edad:** Niños entre ocho y once años

**Nivel socioeconómico:** clase media popular

NOMBRE	EDAD	Grado escolar	CLASE SOCIAL
Montserrat	8 años	Segundo	clase popular
Michelle	9 años	Cuarto	clase popular
Carlos	11 años	Sexto	clase popular

### **Perfil socioeconómico**

**Montserrat** asiste a una primaria pública, su casa cuenta con energía eléctrica y agua potable, no tiene servicio telefónico, televisión de paga, ni Internet y rara vez ha salido de vacaciones.

**Michelle** también estudia en una escuela pública, su casa cuenta con los servicios básicos como son energía eléctrica y agua potable, además de servicio telefónico e internet, no así con televisión de paga.

Regularmente sale a Acapulco de vacaciones, y lo hace una vez por año.

**Carlos** estudia en una primaria pública, en su casa cuenta con los servicios básicos: energía eléctrica y agua potable, también tiene servicio telefónico, internet y televisión de paga.

Regularmente sale a Acapulco de vacaciones, y lo hace una vez por año.

**Carlos** estudia en una primaria pública, en su casa cuenta con los servicios básicos: energía eléctrica y agua potable, también tiene servicio telefónico, internet y televisión de paga.

Cada año, sale de vacaciones a Hidalgo y en otro periodo vacacional a Guanajuato.

### Perfil cultural

**Montserrat** es una niña de 8 años, en sus ratos libres salta la cuerda, juega con sus muñecas y ve televisión. No acostumbra asistir a eventos culturales —Mi mamá se hace cargo de mí y le cuesta trabajo que vayamos y además, nos podemos perder— indica.

Como deporte práctica la natación, a la cual asiste cada dos veces por semana en periodos de una hora, no realiza ningún otro tipo de actividad recreativa y el lugar que visita más a menudo es la iglesia, cada domingo. La lectura, la efectúa una vez por semana, regularmente son cuentos.

**Michelle** tiene 9 años, en sus ratos libres juega con su bicicleta, rayuela, ula-ula, baila y practica el violín, en los últimos seis meses ha asistido a eventos de danza, música y teatro, además de museos.

Práctica natación, una hora, cada dos veces por semana. Además asiste a clases de violín, de las cuales se enteró a través de sus padres.

Los lugares que visita con más frecuencia son los cines y los teatros. No obstante sólo lee una vez por semana, y sus lecturas suelen ser cuentos.

**Carlos** de 11 años, ocupa su tiempo libre para jugar videojuegos y ver la tele, no asiste a eventos culturales, porque dice no gustarle, tampoco practica ningún deporte, porque le da flojera. No asiste a ninguna actividad recreativa. Y los lugares que suele visitar con mayor frecuencia son los parques de diversiones.

Asegura que la lectura la lleva a cabo diario, y siempre se trata de lecturas escolares, a través de los libros de texto.

### **Usos y consumos de las TICs**

**Montserrat** no escucha radio, ni utiliza Internet, en comparación con la televisión la cual ve hasta por tres horas diarias, regularmente se trata de telenovelas y caricaturas.

A través de libros, es como prefiere enterarse de sus temas favoritos, porque dice, le gustan. No acostumbra leer revistas, refiere que no las hay en su casa, y no sabe dónde conseguirlas. Marcó todas las opciones de temática que le dieron como opción lectura.

**Michelle** no escucha radio, y ve televisión por alrededor de dos horas diarias, los programas que elige ver suelen ser caricaturas y telenovelas. El internet lo ocupa, generalmente, una vez por semana, y el sitio que más frecuenta es *Facebook*.

La forma en que le gusta enterarse de sus temas favoritos es a través de los libros, pues dice, en la escuela le enseñaron que podría enterarse de cosas interesantes. No lee revistas porque asegura son muy caras. Sobre los temas de su interés, todos los colocados como opciones de respuesta, fueron elegidos.

**Carlos** escucha el radio una vez por semana, generalmente al estación 104.1 de FM, pues su programa favorito es *El panda show*. En cuanto a la televisión la ve hasta por cinco horas, le gustan las series americanas y las caricaturas.

Diario utiliza el Internet, en los sitios *Facebook* y *Messenger*. En cuanto a sus temas favoritos, le gusta enterarse a través de Internet, porque considera que es la forma más rápida de hacerlo. No lee revistas porque le parecen muy caras y los temas que le interesan son los deportes, eventos de música y chistes.

## Valores sociales

Para **Montserrat** lo más importante en la vida de los niños es la salud, y los valores más importantes que debe tener un niño son el amor y la paz. La acción que la hace sentir mejor es jugar. Lo que más le gusta de su país son las casas y lo que cambiaría de él es que dejaran de cortar los árboles. En cuanto a la persona que admira, se trata de su amiga Magali, puesto que su cuerpo y su cabello son muy bonitos.

Para **Michelle** lo más importante en la vida de los niños es la salud y su cuerpo, y los valores más importantes son el amor, la amistad, la responsabilidad y el respeto.

Entre las acciones que la hacen sentir mejor es la de estudiar, jugar con sus papás y jugar con sus mascotas, dos perritos.

Lo que más le gusta de su país son sus árboles, sus animales, su gente y su comida. De su país cambiaría, escribe ella, algunas actitudes de la gente como el maltrato a los niños y las borracheras.

Las personas a las que más admira son sus papás porque, refiere, son amorosos, comprensivos, respetuosos y trabajadores.

**Carlos** considera que lo más importante en la vida de los niños es la alimentación y el alimento, siendo el respeto y la protección los valores que considera como más importantes. Jugar es la acción que le hace sentir mejor.

Lo que más le gusta de su país es su comida y lo que le gustaría cambiar es la contaminación.

Admira a sus papás por trabajadores y cumplidos.

### **Conclusiones generales**

Se trata de un perfil socioeconómico propio de la clase media baja. Se tienen los recursos básicos en la casa como son la energía eléctrica y el agua potable, en dos casos teléfono e Internet y uno televisión de paga, situación que quizá tenga que ver con que las revistas en circulación le parezcan costosas. Como si se tratase de revistas que no tienen como público meta a este tipo de perfil.

Dos de ellos cuando salen de vacaciones lo hacen a provincias cercanas a su localidad y una de ellas no acostumbra vacacionar.

Respecto al perfil cultural sólo una de nuestros tres cuestionados acostumbra a asistir a actividades recreativas, el juego, los videojuegos y la televisión siguen

siendo las constantes, El hecho de que los niños carezcan de otro tipo de actividades tiene que ver con lo proporcionado por sus padres y con sus intereses, la niña que indico asistir a este tipo de actividades, dijo enterarse a través de sus padres, no subrayó ningún tipo de medio de comunicación como difusor, lo que avala nuestra hipótesis sobre el factor determinante que juegan los adultos para acercar actividades como la lectura a los niños.

Los lugares que suelen visitarse son variados, van desde sitios culturales, hasta iglesias y parque de diversiones. En cuanto a la lectura, tal y como en los resultados del estudio cuantitativo, estos suelen ser cuentos y textos escolares,

Sobre los medios de comunicación, sólo uno de ellos escucha el radio, lo hace para escuchar una estación de bromas y música de banda. La televisión la ven por periodos extensos, generalmente telenovelas, en todos los casos caricaturas y en uno de ellos acostumbra ver series norteamericanas.

La forma en que suelen enterarse de sus temas favoritos en el caso de las más pequeñas es a través de libros, en comparació que Carlos opta por el internet por parecerle más rápido. Nadie elige a las revistas como fuente de información, incluso ninguno las lee, según exponen están fuera de su alcance, puesto que los papás no se interesan por llevarlas casa, además de que en la opinión de dos de los encuestados son muy caras.

Los temas propuestos en la respuesta de opción múltiple y mismos que manejará la revista, fueron elegidos en su totalidad por dos de las entrevistadas, mientras que Carlos sólo eligió tres (eventos, deportes y chistes) sin embargo no propuso ningún otro.

En relación a los valores sociales de los niños, destacan el amor y el respeto, lo más importante para la vida de un niño, señalado por todos, es la salud, y lo que tiene que ver con ella, como es el alimento y el cuerpo.

El juego es la acción que los hace sentir mejor, entre lo que más le gusta de sus país está la comida, su gente y su vegetación, cambiarían la contaminación, el descuido ecológico, y actitudes como el maltrato y el alcoholismo.

Admiran a sus papás por sus virtudes sociales y en el caso de la más pequeña admira a su compañerita de la escuela, por su belleza física.

Las consideraciones a destacar son la aceptación de la temática propuesta por *Nidus*, la fuente de difusión para eventos culturales que podría representar la revista, así como considerar un precio bajo para la publicación.

## 3.2 DE COMPETENCIAS. Mercado competitivo

### 3.2.1 Mercado de lectores

#### Comparativo cualitativo

La revista *Big bang*, *Eres niños*, *Kids* y el suplemento *Gente chiquita* fueron mostradas a los niños para adquirir una comparación de gustos, intereses y preferencias. Después de hojearlas y leer algunos de sus artículos, estos fueron sus comentarios.

**Montserrat**, le gustan las imágenes de todas las revistas, pero especialmente prefiere la de la revista *Kids*, por tratarse de animales. Le disgusta el tipo de papel del suplemento, prefieren el couche de las revistas, en cuanto al contenido también prefiere *Kids*, porque la totalidad de la revista tiene que ver con su gusto hacia los animales.

**Michelle** Le molesta el hecho de que haya mucha publicidad en las cuatro publicaciones, por lo que en ese sentido prefiere *Kids*, que es en la que ve menos anuncios. También prefiere el papel couche de las revistas, así como el tamaño, le parece que el del suplemento es muy estorboso. En cuanto al contenido le llamaron la atención el abordado por *Big bang*, puesto que dice, contiene información sorprendente.

**Carlos** La únicas revistas que fueron de su agrado es *Big bang*, y *Kids*, las otras, expone tienen imágenes de caricaturas que no le agradan, el material no le importa mucho, refiere, que siempre y cuando contengan temas de interés lo mismo le da el papel bond de un diario que el couche de una revista.

Asimismo se eligió un texto de animales de cada uno de las publicaciones, con una extensión similar a la utilizada en uno de los artículos que se tienen preparados para la revista, los siguientes fueron los resultados.

**Montserrat** Refirió que le gusta el escrito por los niños (el de *Nidus*), porque está gracioso y le gusta que dibujen los niños, pero igualmente le agradan los de las otras revistas, piensa que son bonitos.

**Michelle** Piensa que todos son interesantes, el artículo de la mosca (de *Nidus*) le sorprendió mucho pues desconocía sobre el tema.

**Carlos** Le gustan todos no tiene alguna preferencia específica.

### **Perfil de los lectores**

**Edades:** Niños entre ocho y doce años

**Educación:** Primaria y el primer grado de secundaria

**Nivel socioeconómico:** De bajo a medio-bajo.

Nezahualc6yotl es municipio que hasta hace unos a6os fue conocido como ciudad-dormitorio, puesto que el empleo de la mayor6a de sus habitantes se situaba en el centro del Distrito Federal, de manera tal que la gente empez6 a crear fuentes de trabajo a base del comercio, actualmente el municipio se caracteriza por sus tianguis, sus m6ltiples comercios, sus avenidas bien trazadas y de mucha circulaci6n y su sobre explosi6n demogr6fica, dif6cilmente se ve a los ni6os jugar entre sus calles, como se ve6a hasta hace escasos 15 a6os, los ni6os acompa6an a sus padres a sus comercios o se quedan bajo el cuidado de familiares, casi siempre los abuelos. La mayor parte de los ni6os de Cd. Nezahualc6yotl, asisten a escuelas p6blicas y una privilegiada minor6a tiene actividades extra-escolares involucradas con el arte o el deporte, no obstante los infantes tienen un acceso muy viable a los videojuegos, no s6lo en su casa, sino en los alrededores (tiendas, mercados, centros comerciales), la televisi6n es otro de sus opciones de entretenimiento y hay un gran auge de los personajes caricaturescos que ella se difunden, as6 como de las marcas de productos infantiles.

### **3.2.2 Competencia**

#### **Competencia Directa**

No la hay, debido a que hasta el momento ninguna publicaci6n persigue la finalidad de Nidus de permitir al ni6o participar de manera amplia en su contenido.

## Competencia indirecta

*Eres niños, Kids, Big Bang y Gente chiquita.*

### 3.2.3 Mercado de anunciantes

Nuestro compromiso con la niñez nos obliga a tener un mercado selectivo de anunciantes, toda vez que además de perseguir recursos económicos para la sustentabilidad de la revista, *Nidus* tiene como objetivo la difusión de instituciones y eventos culturales, actividades educativas y recreativas, alimentos nutritivos, libros infantiles, entre otras temáticas tanto de interés para el niño, como a beneficio intelectual y alimenticio del mismo.

En este sentido dentro de nuestro mercado de anunciantes están consideradas instituciones educativas y culturales como *Conaculta* y *Canal once*, editoriales de libros infantiles *Alfaguara*, *Editorial Nuevo México*, *El Arca*, *RandomHauseMondadori*, *Ediciones El Tecolote*, además de las librerías: *Sótano*, *Gandhi*, *El péndulo* y *Educál*.

Asimismo se contará con la publicidad de los centros recreativos, *Sixflags*, *La Ciudad de los niños*, *La Feria de Chapultepec*, *Papalote Museo del niño*, *Bioparque Estrella* y *Granja Las Américas*.

Respecto a los alimentos al momento sólo se tiene considerado a Cereales

mezclados *La Triguña Alimentos, S.A. de C.V.*

Respecto a los alimentos al momento sólo se tiene considerado a Cereales mezclados La Trigueña Alimentos, S.A. de C.V.

Finalmente se vislumbra la participación de Clubs deportivos, el Gobierno de Estado de México y organismos gubernamentales.

### **3.3 PARÁMETROS. Características editoriales**

#### **Tiraje**

50,000 mil ejemplares

#### **Periodicidad**

Mensual

#### **Precio público**

\$5.00

#### **Distribución**

Primarias y Centros culturales del municipio de Nezahualcóyotl, además de puestos de periódicos. La entrega se hará de manera personalizada, es decir a cada uno los espacios mencionados se le entregarán un tanto para la venta, y

posteriormente se hará una segunda visita para saber si existe devolución de publicaciones no vendidas.

### **Medidas mecánicas**

Tamaño de revista: 215.9 mm x 279.4 mm

Tamaño de caja: 200 mm x200mm

### **3.3.1 Filosofía editorial**

#### **Misión**

Fomentar en los niños la investigación, el análisis, la escritura y la lectura sobre los acontecimientos familiares, escolares, locales, nacionales e internacionales.

#### **Visión**

- Conformar un equipo de niños comprometidos a colaborar de forma entusiasta y responsable en la publicación mensual de la revista.
- Impulsar la lectura periodística en los niños.
- Mantener a los niños siempre informados y de esta forma hacerlos partícipes de su entorno.
- Promover la participación de los niños como analizadores y expositores de sus opiniones acerca de lo acontecido en la familia, la escuela, la comunidad, el país y el mundo.

## Valores

- Autenticidad
- Honestidad
- Compromiso
- Responsabilidad
- Contribución

## Línea editorial

*Nidus: la revista infantil periodismo hecho por ti y para ti*, deja de ver al niño como el incapaz, es una respuesta a su derecho de expresión, una alternativa para que mediante el conocimiento de la realidad pueda participar en ella.

De tal forma que le permita al niño participar como colaborador: al investigar, analizar y escribir; y como lector: al informarlo acerca del acontecer nacional e internacional, además de ofrecerle datos sobre animales e involucrarlo en actividades deportivas, culturales, entre otros temas.

La revista pretende posicionarse como un medio de expresión para el niño y una excelente alternativa lectora infantil.

### 3.3.2. FODA

#### Fortalezas

- El ser una revista hecho por niños y para niños, mediante la cual se comparten intereses en común.
- Su contenido se basa en temas recientes y de relevancia para el niño.
- Ser una revista interactiva, mediante la cual se puede colaborar, desde el iluminado hasta la opinión.

#### Oportunidades

- Hay pocas alternativas de publicaciones infantiles para niños.
- Ninguna de las revistas infantiles actuales permiten al niño ser él quien investigue y escriba.
- Los centros educativos, cada vez más interesados en el contexto de las competencias del niño podrán utilizar la revista como un material didáctico en la formación del niño.

Los padres y/o tutores interesados es formar un sentido crítico en el niño y conocer los intereses lúdicos, culturales y sociales de sus hijos, se interesarán en la compra y lectura de la revista.

### **Debilidades**

La variación de temas, podría menguar el interés por el lector y por tanto la adquisición de la revista.

La saturación de textos podría ocasionar fastidio y desinterés en el niño.

La escasa difusión en comparación con el resto de las publicaciones podría poner en riesgo su circulación.

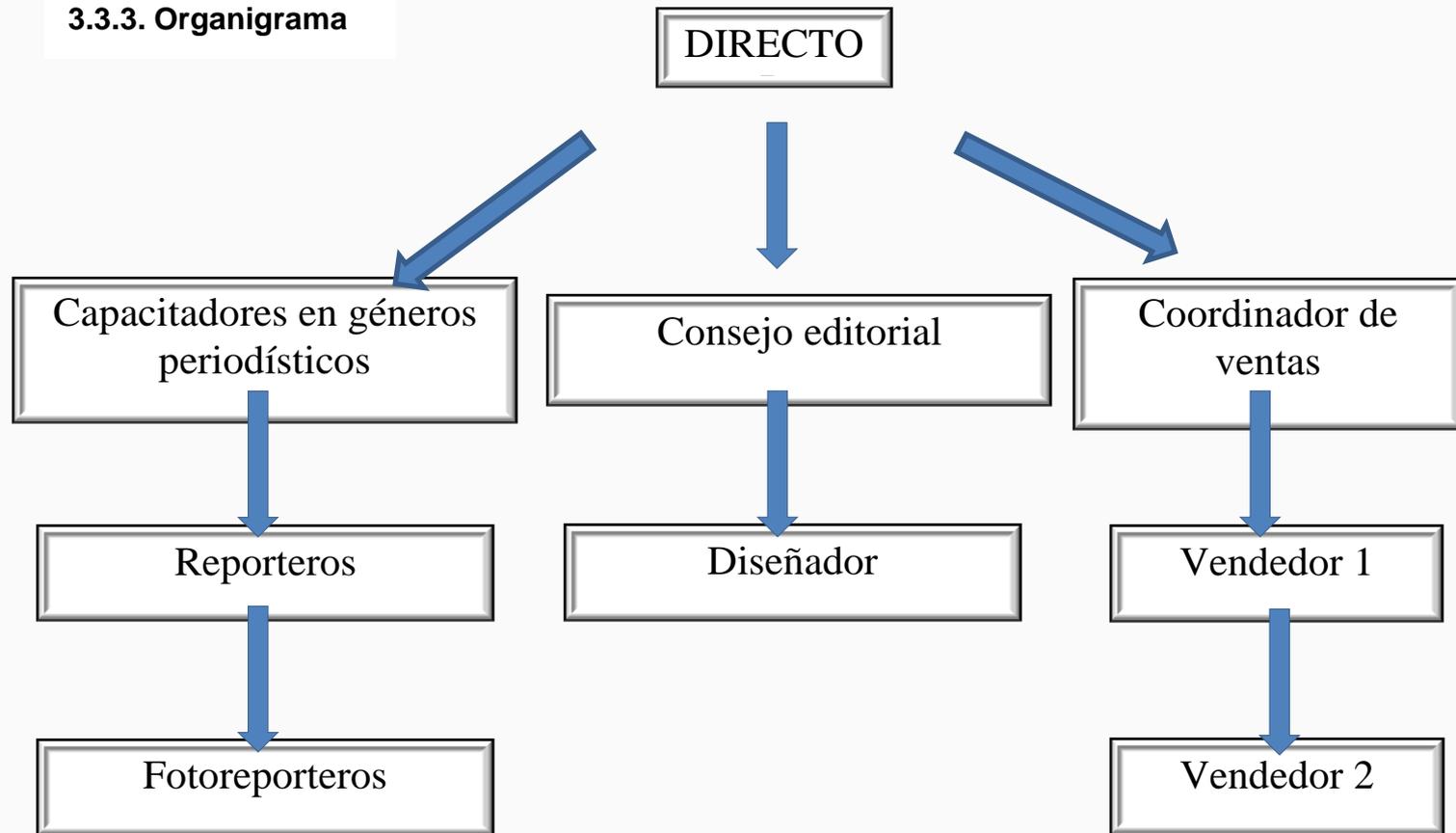
La libre expresión del niño, inclusive en sucesos violentos, podría despertar prejuicios en el padre o tutor.

### **Amenazas**

La falta de cultura por la lectura podría desembocar en una falta de interés por la revista.

La negatividad de los centros educativos para difundir la revista, representaría un obstáculo importante para su circulación.

### 3.3.3. Organigrama



## 3.4 DE COSTOS. Mecanismos de financiamiento

### 3.4.1 Cotización

1,000 revistas \$ 10.40 por pieza

3,000 revistas \$ 7.50 por pieza

5,000 revistas \$ 6.00 por pieza

10,000 revistas \$ 5.30 por pieza

50,000 revistas \$3.50 por pieza

Puesto	Cantidad	Salario	Total
Director	1	20,000	\$20,000
Capacitadores en géneros periodísticos	2	\$6,000	\$12,000
Reporteros	4	\$10,000	\$40,000
Fotorreporteros	2	\$10,000	\$20,000
Diseñador	2	\$15,000	\$30,000
Área de ventas	3	\$6,000	\$18,000
Colaboradores	10	\$500 x colaboración	\$5,000

TOTAL

\$145,000

### 3.4.2. Carpeta de ventas

	1-3x	4-6x	7-9x	10-12x
2ª Forro	\$40,000	\$38,000	\$36,500	\$35,000
3ª Forro	\$35,000	\$33,000	\$31,000	\$29,000
4ª Forro	\$70,000	\$55,000	\$47,000	\$45,000
1 PÁG.	\$25,000	\$22,000	\$20,000	\$18,000
½ PÁG.	\$15,000	\$13,000	\$12,000	\$10,000
1/3 PÁG.	\$10,000	\$9,500	\$9,000	\$8,500
¼ PÁG.	\$7,000	\$6,900	\$6,800	\$6,500

\*El costo está basado a las páginas impares, en caso de páginas pares su costo es de 20% menos.

### 3.4.3. Relación de publicidad

No	ANUNCIANTE	TAMAÑO	COLOR	UBICACIÓN	COSTO
1.-	Conaculta	½ Pág.	B/N	PAR	15,000
2.-	Alfaguara	¼ Pág.	B/N	PAR	7,000
3.-	RandomHouse	¼ Pág.	B/N	PAR	7,000
4.-	Canal Once	1 Pág.	COLOR	3° de forro	35,000
5.-	Papalote Museo	1 Pág.	COLOR	4° de forro	70,000
6.-	Gandhi	1 Pág.	COLOR	2° de forro	40,000
7.-	Bioparque Estrella	¼ Pág.	B/N	PAR	7,000
8.-	Ediciones El Ticolote	¼ Pág.	B/N	PAR	7,000
9.-	Sótano	¼ Pág.	B/N	PAR	7,000
10.-	Educal	¼ Pág.	B/N	PAR	7,000
11.-	SixFlags	½ Pág.	B/N	PAR	15,000
12.-	La Ciudad de los niños	½ Pág.	B/N	PAR	15,000
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 232,000</b>

### 3.4.4 Financiamiento

Nuestros mecanismos de financiamientos están basados en la publicidad, la venta de ejemplares y las suscripciones.

#### Balance presupuestal

#### Ingresos

Concepto	Unidad	Costo	Subtotal
Venta de publicidad			\$232,000.00
Venta directa	40,000	\$5.00	\$200,000.00
Suscripciones	10,000	\$4.00	\$40,000.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$472, 000.00</b>	

## Egresos

Concepto	Unidad	Costo	Subtotal
Maquilado de Revista	50 000	\$3.50.00	\$175 000.00
Nomina		\$ 145,000.00	\$ 145,000.00
Servicios contables		\$6, 500. 00	\$6, 500. 00
Servicios Jurídicos		\$3, 500. 00	\$3, 500. 00
Gastos corriente (luz, teléfono, renta, transporte, etc.)		\$40, 000. 00	\$20, 000. 00
<b>Total:</b>		<b>\$370,000.00</b>	
<b>Utilidad:</b>		<b>\$ 102,000.00</b>	

## CAPÍTULO 4

### YO ESCOJO A NIDUS MATARILE, RILE, RON.

Revista cero

#### 4.1 CUÉNTAME CÓMO SERÁ. Características generales de la revista

Su nombre: *Nidus*, proviene del latín y traducido al castellano significa *Nido*. Los colaboradores reciben el apelativo de tilonorrincos: especie de aves que viven en el continente asiático, las cuales forman sus nidos por medio de conchas, hojas secas y pigmentos de plantas, dándole la agradable apariencia de una obra artística. Debido a que son los niños quienes construyen su propio nido de expresión se alude a esta ave y a su actividad, empleando imágenes para iluminar, con la intención de que sean los niños lectores quienes, como el tilonorrinco, pongan el color a su nido. Con ello se pretende reforzar el contenido de la revista a través del iluminado y a su vez, aminorar el alto presupuesto que implica la impresión con imágenes a color. Para destacar las fotografías de la revista, únicamente las primeras páginas serán impresas en color.

Para el desarrollo de la revista nos basamos en las tres etapas clave que todo medio de comunicación emplea: preproducción, producción y postproducción.

Uno de los primeros pasos del proyecto *Nidus, la revista: periodismo hecho por ti y para ti*, fue el desarrollo de un seminario-taller de periodismo, destinado a niños entre ocho y once años de edad, el curso dio a conocer los fundamentos generales del periodismo, exponiendo la definición y características de sus géneros; así también, tuvo como objetivo el que los niños investigarán, analizarán y escribirán sobre el acontecer local, nacional e internacional.

El seminario-taller de periodismo se realizó en la segunda mitad del año 2007 en el Centro Regional de Ciudad Nezahualcóyotl, por ser éste, un espacio céntrico para los niños nezahualcoyenses y conocido por sus actividades culturales.

Mediante planeación previa, se impartió durante 34 horas (lunes y miércoles de 3:00 a 5:00 pm), más el tiempo de práctica periodística, en donde las horas y el día estuvieron determinados por el niño, de acuerdo a sus necesidades personales y su trabajo de investigación. Durante dicho curso se elaboraron trabajos periodísticos y posteriormente los asistentes eligieron los más atractivos con el propósito de que éstos integraran el contenido del *dummy* de la revista.

Para el diseño de la revista se tomaron en cuenta las sugerencias de los niños y para su desarrollo se empleó como manual el capítulo 2 del presente escrito. Con respecto a la diagramación, se efectuó en el programa computacional, *Corel Draw*.

El contenido de la revista fue elaborado por niños entre ocho y once años de edad. De las etapas analizadas por Jean Piaget ésta es considerada como el periodo de las operaciones concretas. Es durante este transcurso de la infancia en el que el niño tiene la habilidad lectora más cimentada en comparación con la etapa que la antecede.

Sin embargo, si algún niño mayor a los once años deseara integrarse como colaborador, será aceptado, toda vez que en la etapa posterior a la de las operaciones concretas, período de operaciones formales —comúnmente comienza a los 11 o 12 años— el niño sigue interesado, algunas veces con deseo acrecentado, en actividades de investigación, lectura y escritura.

## 4.2 ¿QUÉ CONTENDRÁ? Contenido

### 4.2.1. Definición de secciones fijas

**Noticias que dan gusto.** La sección tiene como objetivo destacar la participación de los niños en algún ámbito como el artístico y el deportivo.

**Reino animal.** Este segmento de la revista acogerá opiniones, reportajes, notas informativas y crónicas noticiosas sobre la vida de los animales y sus hábitats naturales.

**Álbum de viaje.** Es el reportaje de alguna visita realizada por el reportero, el lugar puede ser un museo, centro recreativo, un estado del país u otro país.

**Del Mundo.** Lo más relevante de los hechos mundiales del mes en curso.

**México.** Las noticias más relevantes acontecidas dentro del país, durante el mes en curso.

**Alrededor de nuestra casa.** Se trata de un reportaje sobre un hecho local de relevancia.

**Dibujo-reportaje.** Mediante este espacio, al estilo comic se publica una serie de dibujos con un mensaje claro sobre algún tema de interés.

**O tú, ¿qué opinas?** Una sección destinada a los puntos de vista de los niños, respecto a situaciones cotidianas y/o acontecimientos actuales.

**La Hoja libre.** Esta página está destinada al lector, quien mediante una carta o mensaje electrónico enviará su colaboración, es decir un dibujo, opinión y/c investigación.

**Avisitos.** Los niños utilizarán este espacio para publicar extravíos de mascotas, personas y ventas o cambios de objetos personales.

**Hacer reír tiene su chiste.** Sección para chistes, quedan descartados los chistes con contenido discriminatorio, por tanto el albur no tendrá cavidad en la sección.

**Claro que te lo recomiendo.** Se trata de recomendación sobre eventos infantiles, libros, música entre otros.

**Zona deportiva.** Espacio destinado a reportajes sobre deportes y eventos deportivos infantiles.

#### 4.2.2. Contenido editorial Revista 0

La página editorial de este primer número contendrá una foto del tilonorrinco, mediante la cual se informará que es una especie de ave proveniente del continente asiático, la cual forma su nido por medio de conchas, hojas secas y pigmentos de plantas, dándole la agradable apariencia de una obra artística. Se explicará que debido a que son los niños quienes construirán su propio *nido de expresión* se alude a esta ave y a su actividad, y de esta manera se llamará tilonorrincos a los reporteros de la revista.

Asimismo, se mencionará que la revista contiene imágenes para iluminar, con la intención de que sean los niños lectores quienes, como el tilonorrinco, pongan el color a su nido. Se contará alguna experiencia de los niños que participaron en este primer número y la invitación para que quien lo está leyendo se sume a la colaboración de *Nidus*.

#### 4.2.3 Contenido de secciones Revista 0

**Noticias que dan gusto.** Entrevista con un grupo de niños, quienes realizaron un cortometraje de animación titulado Polo Norte.

**Reino animal.** Curiosidades sobre el hipopótamo y la mosca, entre las que destaca su tamaño, su forma de vida y su reproducción.

**Álbum de viaje.** Se trata del reportaje sobre la visita a un Centro Recreativo de la Ciudad de México.

**Del Mundo.** Dos notas informativas que abordan los temas: muertes infantiles en África y el hecho de que un niño de 12 años descubriera un error de cálculo matemático en datos de la NASA.

**México.** Nota periodística que describe la situación de niños indígenas, de acuerdo con datos de la UNICEF.

**Alrededor de nuestra casa.** Reportaje sobre las peleas que ocurren entre niños de secundaria, al terminar las clases.

**Dibujo-reportaje.** Serie de dibujos que describen, a modo de caricatura el acto de fumar y sus consecuencias

**O tú, ¿qué opinas?** Artículos de opinión sobre la violencia en la televisión y la actividad de matrogimnasia dentro de las escuelas.

**La Hoja libre.** Hoja destinada a que el lector escriba o dibuje en ella.

**Avisitos.** Anuncio sobre el extravío de una mascota y venta de accesorios escolares.

**Hacer reír tiene su chiste.** Chistes cortos.

**Claro que te lo recomiendo.** Recomendaciones sobre el libro *En la oscuridad* y la obra de otra *De la oreja al corazón*.

**Zona deportiva.** Entrevista con jugador infantil de futbol que practica el deporte en canchas del municipio de Nezahualcóyotl.

### Temas libres

**Tabaquismo.** A través de la caricatura, un grupo de niños, expondrá su percepción sobre el acto de fumar, las formas en que el cigarro llega a la vida de las personas y los riesgos de fumar.

**Violencia al salir de la escuela.** En Nezahualcóyotl es común ver a niños peleando al salir de la escuela, se trata de un reportaje que traerá al descubierto este tema, sus secuelas, entrevistas con quienes se ven involucrados en estas escenas y sus posibles soluciones.

### Artículos

Los artículos que aparecerán en este primer número, aparecerán en la sección O tú ¿qué opinas? Se trata de los títulos Violencia en la Televisión y Mi mamá y yo en la escuela. El primero aborda la influencia que tienen los programas de televisión, considerados por el articulista, como violentos, en los niños y el papel que juegan los papás en este asunto. El segundo artículo narra la experiencia de

quien opina, al participar en una actividad de matrogimnasia, organizada por la escuela en donde estudia, asimismo propone actividades alusivas a la materia y la necesidad de ellas.

## **Entrevistas**

Entrevista 1. Niños realizadores de cortometraje de animación, egresados de uno los talleres de la compañía.

Entrevista 2. Jugador amateur que practica futbol en canchas públicas del municipio de Nezahualcoyotl.

### **4.2.4. Lineamientos tipográficos**

La presentación de la revista es en 24 páginas, impresa en offset, sobre papel couche de 120 grs para 8 páginas impresas a selección de color y papel bond de 90 grs para 16 páginas interiores impresas a un sólo color; medida final: tamaño carta. Acabadas con doble grapa a caballo.

Los textos estarán redactados con un peso de 12 puntos. Los subtítulos estarán en bold y los balazos en cursivas.

TIPOGRAFÍA	PUNTAJE
Noticias que dan gusto	22
<b>REINO ANIMAL</b>	22
ÁLBUM DE VIAJE	22
<i>D.F.F. MUNDO</i>	22
<i>México</i>	36
<b>ALREDEDOR DE NUESTRA CASA</b>	22
DIBUJO-REPORTAJE	22
O tú, ¿qué opinas?	22
<b>LA HOJA LIBRE</b>	22
<b>AVISITOS</b>	22
Hacer reír tiene su chiste	22
<i>Claro que te lo recomiendo</i>	22
<b>ZONA DEPORTIVA</b>	22
Cabeza	20
Balazo	16
<b>Cabeza secundaria</b>	18
<b>Créditos</b>	12
CUERPO	12
Ombigo	14

## 4.2.5. PAUTA

PLIEGO 1 4X4	PLIEGO 2 4X4
1 ½ H CRÉDITOS	9 MÉXICO
2 SUMARIO	10 ALREDEDOR DE..
3 EDITORIAL	11
4 N Q DAN GUSTO ½ H	12 DIBUJO-REPORT ¼ H DE..
5 REINO ANIMAL	13
6 ALBUM DE VIAJE ]	14
7 ]	15 ½ V
8 DEL MUNDO ¼ V	16 O TÚ ¿QUÉ OPIN
17 HOJA LIBRE ¼ V	
18 AVISI / ANUNCIO	
19 HACER REIR ¼ H	
20 CLARO QUE TE..	
21 ZONA DEPOR ¼ V	
22 CREDITOS ¼ V ]	
23 ]	
24 anuncio	

Portada

IMAGEN NIÑOS  
Y NOMBRES DE  
SECCIONES

2da. de forros

ANUNCIO ½ V

3era de forros

CRÉDITOS CON  
FOTOS DE  
COLABORADORES

Contraportada

PUBLICIDAD

### 4.2.6. CUADRICULA

CRÉDITOS	1
CONACULTA	

SUMARIO	2	EDITORIAL	3
---------	---	-----------	---

NOTICIAS ENTREVISTA	4	REINO ANIMAL	5
CIUDAD DE LOS NIÑOS			

ALBUM DE VIAJE	6	ALBUM DE VIAJE	7
----------------	---	----------------	---

DEL MUNDO	8	MÉXICO	9
ALFAGUA			

ALR. DE NUESTRA CASA	10	ALR. DE NUESTRA CASA	11
----------------------	----	----------------------	----

DIBUJO-REPORTAJ	12	DIBUJO-REPORTAJ	13
RANDOMHO			

SIX FLAGS DIBUJO-REPORTAJ	14	DIBUJO-REPORTAJ	15
---------------------------	----	-----------------	----

O tú, ¿qué opinas?	16	LA HOJA LIBRE	17
		Bioparque	

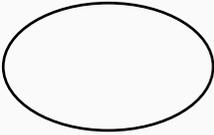
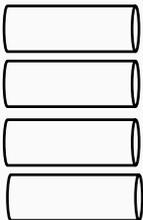
AVISITOS	18	HACER REIR TIENE SU CHISTE	19
		Sota no	

CLARO QUE TE LO RECOMIENDO	20	ZONA DEPORTIVA ENTREVISTA	21
		El Teco lote2	

CRÉDITOS	22	CRÉDITOS	23
Educación			

ANUNCIO
---------

## Forros

<p>Portada</p> <p>IMAGEN NIÑOS Y NOMBRES DE SECCIONES</p> 	<p>2da. de forros</p>   <p>½ V</p>	<p>3era. de forros</p> <p>CRÉDITOS Y FOTOS DE COLABORADORES</p>  	<p>Contraportada</p>  <p>ANUNCIO “LIBRERIAS GANDHI”</p> <p>1 Página</p>
---	---	---	--

### 4.2.7. LOGISTICA

SEMANAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Definición de contenido									
Investigación									
Redacción									
Fotografía									
Corrección de estilo									
Fecha de cierre									
Diagramación									
Corrección de galeras									
Impresión									
Distribución									
Venta									
Devolución									

### 4.3 SEMINARIO-TALLER. Cartas descriptivas

Planear nos permite prever, nos brinda la virtud del orden. *La planeación es un proceso anticipatorio de asignación de recursos para el logro de fines determinados. Planear es decidir en el presente las acciones que se ejecutarán en el futuro para realizar propósitos preestablecidos.*<sup>27</sup> Lo anterior es imprescindible para nuestro seminario-taller de periodismo, de aquí, lo que viene a continuación.

Las actividades del seminario-taller fueron redactadas en el formato pedagógico: Carta descriptiva. A continuación se anexa la planeación.

<sup>27</sup>Juan PrawdaWitenberg, *Teoría y praxis de la planeación educativa*, México, Grijalbo, 1984, p. 23.

## Guía de instrucción

Seminario-taller: Periodismo hecho por ti y para ti

Duración parcial: 2 horas

Duración total: 34 horas

Tema: Características de los géneros periodísticos: nota informativa, crónica noticiosa, entrevista, reportaje, artículo de opinión y artículo de fondo.

Objetivo General: el participante conocerá las características principales de los géneros periodísticos y posteriormente aplicará los conocimientos obtenidos para desarrollar, de manera escrita, temas de su elección. Los escritos derivados del seminario-taller serán impresos en el dommi del proyecto *Midus*, la revista: *periodismo hecho por ti y para ti*.

Subtema	Objetivos Particular:	Objetivos Específicos:	Metodología	Actividades Enseñanza-Aprendizaje	Recursos didácticos	Evaluación	Tiempo	Bibliografía
La entrevista como herramienta para conocernos	Que los participantes tengan referencias sobre cada uno de los integrantes del grupo. Emplear uno de los géneros mediante los cuales se obtiene la noticia: la entrevista.	Los participantes se entrevistarán entre sí.	Método: • Participativo  Técnica grupal • Entrevista	Se formará un círculo con las sillas que están dentro del aula para que los asistentes se sienten en éstas. De forma imaginaria, se dividirá el círculo en dos grupos, cada uno con la misma cantidad de integrantes, del lado izquierdo se situarán los electores y del lado derecho estarán ubicados los elegidos. De izquierda a derecha, los electores irán mencionando al compañero que han escogido para realizarle una entrevista. Se colocarán dos sillas al frente de todas las restantes. Una primera pareja se sentará en las sillas en una posición cómoda. El entrevistado realizará al entrevistador preguntas sobre su vida personal: nombre, edad, grado y nombre de la escuela en la que estudia, lugar en donde vive, integrantes de su familia, gustos y situaciones que le desagradan; motivos por los que está en el taller y cómo se enteró del mismo, por qué decidió integrarse y qué espera de dicho taller. Una vez terminada la entrevista, los papeles se invertirán: el entrevistador será entrevistado y viceversa. Se realizará la misma dinámica con el resto de las parejas.	Grabadora de voz  Cámara fotográfica	Se anotarán observaciones sobre el desenvolvimiento expresivo de cada uno de los participantes.	30 minutos de espera para la llegada de los asistentes  60 minutos para la realización de todas las entrevistas	

## Guía de instrucción

Seminario-taller: Periodismo hecho por ti y para ti

Duración parcial: 2 horas

Duración total: 34 horas

Tema: Características de los géneros periodísticos: nota informativa, crónica noticiosa, entrevista, reportaje, artículo de opinión y artículo de fondo.

Objetivo General: el participante conocerá las características principales de los géneros periodísticos y posteriormente aplicará los conocimientos obtenidos para desarrollar, de manera escrita, temas de su elección. Los escritos derivados del seminario-taller serán impresos en el dommi del proyecto *Nidus, la revista: periodismo hecho por ti y para ti*.

Subtema	Objetivos Particular:	Objetivos Especificos:	Metodología	Actividades Enseñanza-Aprendizaje	Recursos didácticos	Evaluación	Tiempo	Bibliografía
Objetivos del seminario-taller	<p>Dar a conocer los objetivos del seminario-taller.</p> <p>Practicar la actividad periodística: rueda de prensa</p>	Los participantes escucharan y cuestionaran los objetivos del seminario-taller.	<p>Método:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deductivo</li> <li>• Participativo</li> </ul> <p>Técnica grupal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rueda de prensa</li> </ul>	Sin deshacer el círculo y a manera de rueda de prensa el coordinador se presentará; mencionará aspectos generales del taller y puntualizará sus tres objetivos primordiales: divertirse, aprender y construir una revista; describirá la fisonomía editorial y física de dicha revista. Durante la actividad se dará paso a tres sesiones de preguntas y respuestas, cada una con una duración de 10 minutos.	<p>Grabadora de voz</p> <p>Cámara fotográfica</p>	Se anotarán las observaciones realizadas por los asistentes durante la rueda de prensa.	30 minutos	

## Guía de instrucción

Seminario-taller: Periodismo hecho por ti y para ti

Duración parcial: 2 horas

Duración total: 34 horas

Tema: Características de los géneros periodísticos: nota informativa, crónica noticiosa, entrevista, reportaje, artículo de opinión y artículo de fondo.

Objetivo General: el participante conocerá las características principales de los géneros periodísticos y posteriormente aplicará los conocimientos obtenidos para desarrollar, de manera escrita, temas de su elección. Los escritos derivados del seminario-taller serán impresos en el dommi del proyecto *Nidus, la revista: periodismo hecho por ti y para ti*.

Subtema	Objetivos Particular:	Objetivos Específicos:	Metodología	Actividades Enseñanza-Aprendizaje	Recursos didácticos	Evaluación	Tiempo	Bibliografía
Publicaciones periodísticas actuales.  Características de <i>Nidus, la revista</i> .	Situar al asistente en un ambiente periodístico. Recordar el contacto más cercano que tiene con el periodismo. Mencionar las diferentes publicaciones periodísticas y sus características. Dar a conocer las características de <i>Nidus, la revista</i> .	Revisarán algunas publicaciones periodísticas. Comentaran el contacto que tienen con el periodismo. Los participantes expondrán los nombres y características de las publicaciones periodísticas que conocen. El coordinador informará las características de <i>Nidus, la revista</i> .	Método: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deductivo</li> <li>• Participativo</li> </ul> Técnicas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición</li> <li>• Conversación</li> </ul>	Dentro del aula, previo a la llegada de los asistentes, serán colocadas publicaciones periodísticas actuales de forma desordenada. Los niños podrán hojear las publicaciones de su interés. Se les pedirá que elijan un lugar dentro del aula. Una vez ubicados, se comentarán las publicaciones que hay a su alrededor, se mencionará el nombre del taller y se invitará a comentar lo que conocen acerca del periodismo; su contacto más cercano y cómo se imaginan que se obtienen las noticias. Coordinador y asistentes comentarán las publicaciones periodísticas que conocen. El coordinador informará las características de <i>Nidus, la revista</i> .	Periódicos, revistas y suplementos culturales.	Se obtendrá a partir de los comentarios emitidos por los participantes del grupo. Únicamente se desea saber el concepto que tienen los niños sobre el periodismo y su contacto con las publicaciones periodísticas.	30 minutos	

## Guía de instrucción

Seminario-taller: Periodismo hecho por ti y para ti

Duración parcial: 2 horas

Duración total: 34 horas

Tema: Características de los géneros periodísticos: nota informativa, crónica noticiosa, entrevista, reportaje, artículo de opinión y artículo de fondo.

Objetivo General: el participante conocerá las características principales de los géneros periodísticos y posteriormente aplicará los conocimientos obtenidos para desarrollar, de manera escrita, temas de su elección. Los escritos derivados del seminario-taller serán impresos en el dommi del proyecto *Nidus, la revista: periodismo hecho por ti y para ti*.

Subtema	Objetivos Particular:	Objetivos Específicos:	Metodología	Actividades Enseñanza-Aprendizaje	Recursos didácticos	Evaluación	Tiempo	Bibliografía
Géneros periodísticos.	Los participantes conocerán los diferentes géneros periodísticos	Analizarán los diferentes géneros mediante los cuales se obtiene la noticia.	<p>Método:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deductivo</li> <li>• Participativo</li> </ul> <p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición</li> <li>• Marco conceptual</li> <li>• Juego: Respuesta o sanción.</li> </ul>	<p>El coordinador expondrá las características de los géneros periodísticos y ejemplos de la mismos.</p> <p>Los participantes podrán interrumpir la exposición cada vez que surja una duda sobre el tema y al final de ésta realizaran comentarios sobre lo entendido.</p> <p>Sesión: Respuesta o sanción. El coordinador mencionará una pregunta sobre el tema e inmediatamente nombrará al participante que la contestará y a quién sancionará en caso de error. A cada participante se le cuestionará una pregunta y se le dará la oportunidad de sancionar a uno de sus compañeros si así lo amerita.</p> <p>Las sanciones consistirán en imitar a personajes o animales o realizar algún ejercicio deportivo.</p>	<p>Dos laminas elaboradas por el coordinador:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mapa conceptual de los géneros periodísticos.</li> <li>2. Ejemplos de los géneros periodísticos (cada uno tamaño mural).</li> </ol> <p>Grabadora de voz</p> <p>Cámara fotográfica.</p>	Se realizarán anotaciones sobre la participación de cada uno de los asistentes.	<p>30 minutos para la exposición</p> <p>30 minutos para la dinámica: Respuesta o sanción.</p>	Leñero, Vicente y Marín, Carlos, Manual del periodismo, México, Grijalbo, 1986, pp. 315.

## Guía de instrucción

Seminario-taller: Periodismo hecho por ti y para ti

Duración parcial: 2 horas

Duración total: 34 horas

Tema: Características de los géneros periodísticos: nota informativa, crónica noticiosa, entrevista, reportaje, artículo de opinión y artículo de fondo.

Objetivo General: el participante conocerá las características principales de los géneros periodísticos y posteriormente aplicará los conocimientos obtenidos para desarrollar, de manera escrita, temas de su elección. Los escritos derivados del seminario-taller serán impresos en el dommi del proyecto *Nidus, la revista: periodismo hecho por ti y para ti*.

Subtema	Objetivos Particular:	Objetivos Específicos:	Metodología	Actividades Enseñanza-Aprendizaje	Recursos didácticos	Evaluación	Tiempo	Bibliografía
Nota informativa	Los participantes conocerán las características de la nota informativa.	Escucharán y analizarán las características de la nota informativa	<p>Método:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deductivo</li> <li>• Participativo</li> </ul> <p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marco conceptual</li> <li>• Exposición</li> </ul>	<p>A través de una lámina el coordinador expondrá las características generales de la nota informativa</p> <p>Por medio de una nota informativa tamaño mural los participantes deberán identificar las partes de este género periodístico y plantear argumentos que pudieran sustituir a los expuestos. Ejemplos: <i>Rubén Dario por Diego Rivera, escribió por pintó.</i></p> <p>Los participantes podrán interrumpir la exposición cada vez que surja una duda sobre el tema. Al finalizar se comentará lo entendido.</p>	<p>Láminas elaboradas por el coordinador.</p> <p>Grabadora de voz</p> <p>Cámara fotográfica.</p>	Se realizarán anotaciones sobre la participación de cada uno de los asistentes.	60 minutos	Leñero, Vicente y Marin, Carlos, Manual del periodismo, México, Grijalbo, 1986, pp. 315.

## Guía de instrucción

Seminario-taller: Periodismo hecho por ti y para ti

Duración parcial: 2 horas

Duración total: 34 horas

Tema: Características de los géneros periodísticos: nota informativa, crónica noticiosa, entrevista, reportaje, artículo de opinión y artículo de fondo.

Objetivo General: el participante conocerá las características principales de los géneros periodísticos y posteriormente aplicará los conocimientos obtenidos para desarrollar, de manera escrita, temas de su elección. Los escritos derivados del seminario-taller serán impresos en el dommi del proyecto *Nidus, la revista: periodismo hecho por ti y para ti*.

Subtema	Objetivos Particular:	Objetivos Específicos:	Metodología	Actividades Enseñanza-Aprendizaje	Recursos didácticos	Evaluación	Tiempo	Bibliografía
Nota informativa	Los participantes reforzarán sus conocimientos sobre la nota informativa	Los participantes leerán notas informativas	<p>Método:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deductivo</li> <li>• Participativo</li> </ul> <p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lectura</li> <li>• Dinámica: Respuesta o sanción.</li> </ul>	<p>A equipos conformados por dos personas se le entregarán tres recortes de notas informativas que deberán leer y analizar por durante 20 minutos. Posteriormente cada equipo comentará sus notas.</p> <p>Sesión: Respuesta o sanción.</p> <p>De acuerdo con las observaciones recopiladas sobre la participación de los asistentes a lo largo del tema "Nota informativa", el coordinador elegirá a los dos participantes a quienes ha notado más interesados en el género para cada uno desarrolló una nota informativa sobre un tema. Nombrará a los participantes de dicha dinámica y planeará una cita con cada uno para realizar las investigaciones de campo.</p>	<p>Recortes de Notas informativas.</p> <p>Grabadora de voz</p> <p>Cámara fotográfica.</p>	Se realizarán anotaciones sobre la participación de cada uno de los asistentes.	<p>60 minutos para la dinámica de lectura</p> <p>20 minutos para la dinámica Respuesta o sanción.</p>	<p>Leñero, Vicente y Marín, Carlos, Manual del periodismo, México, Grijalbo, 1986, pp. 315.</p>

### 4.3.1. Apuntes

Las actividades señaladas en el tema Nota informativa serán utilizadas en el resto de los géneros periodísticos.

Posteriormente se efectuará el trabajo de campo, en el que destaca la toma de fotografías y la realización de trabajos periodísticos empleando los diferentes géneros.

Los niños elegirán tres temas a investigar, así como el género que desean utilizar para el desarrollo de los mismos.

El coordinador del seminario-taller, acompañará a los participantes a cada una de las investigaciones, con la finalidad de observar el desempeño de éstos. Para este fin se realizará una agenda que contenga los horarios, personas y lugares a visitar, así como el día en que se redactará el escrito y la culminación de éste.

Una vez concluidos el total de trabajos, se realizará una selección, por parte de los integrantes del seminario, de los mejores escritos, cuyo contenido integrará el *dummy* de la revista *Nidus*.

### 4.3.2 Anecdótico.

Intuí que los niños realizarían trabajos excepcionales, pero mis expectativas fueron cortas y ampliamente superadas por los resultados.

Bastó la propuesta para despertar su entusiasmo. Es importante mencionar que el seminario-taller y los trabajos solicitados no representaron tareas escolares que se hacen con enfado, el cometido fue atendido con entusiasmo y perspicacia. La siguiente anécdota, por mencionar un ejemplo, ilustra la afirmación anterior.

Durante las tareas de difusión entregué volantes a profesores de primaria para que se lo hicieran llegar a sus alumnos, una de las maestras, según me comentó el niño que asistió al seminario-taller, cometió la osadía de amenazarlo con dos puntos menos en la calificación bimestral de no asistir al curso. La sanción sólo sería para él, toda vez que la profesora argumentaba que el niño era desatento e indisciplinado y posiblemente el taller le ayudaría a mejorar su comportamiento escolar.

Cuando molesto, me refirió la situación, lo enteré de que el curso no era obligatorio y hablaría con su profesora para encargarme de que su ausencia en el taller no interfiriera con sus calificaciones, a reglón seguido, se quedó a la primera sesión y se despidió agradeciendo el arbitraje prometido con su profesora.

Esa misma tarde hablé con ella, me aseguró que olvidaría lo de los puntos menos y se lo haría saber al niño, quien en la siguiente sesión llegó puntual y me comentó: “Me mandaron a las tortillas, pero vine rápido a avisarle que me espere, como y vengo, al fin que es la hora en que me dejan salir a jugar máquinas: de las cuatro a las cinco, ¿a esa hora termina el curso, no?”, asentí sonriente. Ésa y el resto de las sesiones el niño asistió, con una voluntad ajena a la de la profesora y que superaba a la mía.

De manera general los niños mostraron interés por el total de los temas; a reserva, de uno, de temperamento tímido, participaron y cuestionaron la información emitida.

Por medio de la actividad *Pregunta o sanción*, se evaluaron la retención y comprensión de los conocimientos abordados, los resultados en su mayoría fueron positivos y cuando se presentaron dudas, éstas se resolvieron en el instante o conforme se llevo a la práctica el género.

Cuando tocó el turno de elegir temas para desarrollarlos, Proliferaron las propuestas sobre, —en orden ascendente— las actividades culturales, animales, deportes, delincuencia, drogas, violencia en la casa y la calle.

Quizá sobra decirlo, pero es importante subrayarlo: las propuestas hablan de sus inquietudes, gustos, miedos y realidades.

Luego de elegir los temas se llevaron a cabo los trabajos de campo, en los cuales se notó desenvolvimiento, asimilación de conocimientos y seguimiento de las recomendaciones emitidas durante el seminario-taller.

Ejemplo de estas sugerencias fueron la revisión de varias fuentes, la búsqueda de más de una postura, en el caso de una investigación; y al tratarse de entrevista *deshacer el hielo* —conversación afable— evitar espacios vacíos, así como observar ambientes, percibir olores, sonidos, entre otros aspectos.

Es aquí, donde comprobé la capacidad de asombro que caracteriza a los niños, muchas veces deficiente en la edad adulta. Valga comentar la ocasión en que el tilonorrinco Mario Cano, entrevistó a dos jugadores de futbol llanero. Los niños entrevistados iniciaron poco participativos en la conversación, uno de ellos estaba como ausente, desatento, ante tal situación a mí me ganó la idea de un fracaso de entrevista, cuando ésta termino, pese a que habían surgido respuestas interesantes de los infantes, me quedé preocupada por la desatención y lo que había considerado como desinterés

Algo faltó esta vez, pensaba, cuando Mario interrumpió la idea: *te fijaste como observaba el partido que se estaba jugando cuando le hacíamos la entrevista, no le quitaba la mirada al balón, eso dice mucho de su gusto por el futbol, fue entonces cuando comprendí lo que había faltado: sorprenderme, observar. Aquél*

fue uno de los muchos detalles que a mí se me fueron por la coladera de la angustia y que Mario advirtió y retuvo sin conflictos.

Sorpresa fue también escuchar las inquietudes de los niños, convertidas en preguntas durante las distintas entrevistas; entre éstas la efectuada a infantes creadores del cortometraje Polo Norte, al tiempo en que escuchaba cómo los niños describían los materiales con los que se había elaborado la película de corta duración, el tilonorrinco Erick Hotcen cuestionó: *¿qué les dirían a los niños que a diferencia de ustedes, no tienen dinero para hacer un corto?*, las respuestas fluyeron, los niños daban alternativas de materiales, hasta que uno expresó: *¿no entienden! están en la banca rota, no tienen dinero;* y una niña agregó: *el punto es que si no tienen dinero no pueden hacer un corto.*

Por otro lado, la idea de encontrar algo novedoso que otros leerían, despertó su sentido de investigación. Se recibieron numerosos escritos que los niños efectuaron por iniciativa propia, a través de la lectura de enciclopedias, libros y páginas confiables de Internet.

El conflicto se presentó al momento de redactar. El entusiasmo que caracterizó a todas las actividades efectuadas, descendió drásticamente en esta etapa, los niños no están habituados a leer y mucho menos a escribir, por lo que el problema fue iniciar el escrito, de los 18 niños participantes sólo seis entregaron el ejercicio

concluido —escrito—, a los 12 restantes tuve que asistirles para que me dictaran la entrada de sus textos.

Luego de darme la idea de inicio, se les ocurrían las sucesivas, por lo que en muchos casos bastó que juntos iniciáramos el primer párrafo para que ellos hicieran el resto.

Los trabajos entregados, cumplieron con los elementos que debe tener una noticia al momento de ser valorada como tal: actualidad, curiosidad, conflicto, prominencia, suspenso, emoción y consecuencias.

Los niños fueron apoyados en la redacción de sus trabajos, toda vez que muchos de estos presentaron deficiencias gramaticales. Para ello se les explicaron los errores y las posibles soluciones, permitiendo que ellos eligieran la más favorable.

También fueron consultados en relación al diseño de su escrito y del resto de la revista. De esta manera concluyó el inicio de un periodismo hecho por y para niños.

## CAPÍTULO 5 LA PONDREMOS EN LA CAZUELA PARA HACERLA CHICHARRON.

### *Nidus en Dummy*

#### 5.1 OPINIÓN RESPECTO A NIDUS Y LAS ACTUALES REVISTAS INFANTILES.

##### Resultados del sondeo realizado a la población infantil de Nezahualcóyotl

Previo al dummy que se anexa en el presente proyecto, se realizó un sondeo a 47 niños entre los ocho y once años del Centro Regional de Ciudad Nezahualcóyotl, para conocer la opinión de los niños respecto a las revistas actuales, así como la de la propuesta *Nidus*, para lo cuál a cada cuestionado se le presentó un dummy de la revista, los resultados obtenidos influyeron para la realización de cambios en el boceto, por lo que el que aparece al final de este aparatado es el dummy final.

Las siguientes son las preguntas del cuestionario realizado.

Edad:

Sexo:

- 1.-Menciona los nombres de las revistas infantiles que has leído. De no conocer ninguna pasa a la pregunta 5.
- 2.- ¿Qué es lo que más te gusta de estas revistas?
- 3.- ¿Qué eliminarías de estas revistas?
- 4.- ¿Qué les agregarías a estas revistas?

5.- ¿Qué nombre le pondrías a una revista infantil?

6.- ¿Qué opinas del nombre *Nidus, la revista:periodismo hecho por ti y para ti?*

7.- ¿Qué opinas acerca de que los niños participen en la elaboración de una revista, ya sea como reporteros, articulistas, fotógrafos o ilustradores?

**Con base en el boceto que se te mostró opina acerca de:**

8.-**La portada**

a) Poco atractiva                      b) Atractiva                      c) Muy atractiva

Le quitaría:

Le agregaría:

9.- **El Contenido**

a) No me interesa                      b) Me interesa                      c) Me interesa mucho

Le quitaría:

Le agregaría:

La sección que más gusta es:

La sección que menos me gusta es:

10.-**El diseño**

a) No me gusta                      b) Me gusta                      c) Me gusta mucho

Le quitaría:

Le agregaría:

11.- ¿Leerías *Nidus*?

a) Si            b) No            c) No sé

12.- ¿Participarías en la elaboración de esta revista?

a) Si            b) No            c) No lo sé

13.- ¿Te interesaría iluminar esta revista o te gustaría que el total de las páginas aparecieran a color?

a) Me interesa iluminar algunas

b) Me gustaría que el total de la imágenes aparecieran a color

Los resultados de dicho sondeo se describen a continuación:

La población infantil<sup>28</sup> entre los ocho y doce años del Centro Regional de Ciudad Nezahualcóyotl está constituida por 47 niños (29 niñas y 18 niños). El eje temático de las primeras cuatro preguntas giró en torno al tipo de revistas que conocen los niños, así como lo que les agrada y desagrada de éstas. El sondeo revela que el 72% de los niños no conocen ningún tipo de revista infantil, el 14% menciona la revista *Big Bang* y el 14% restante lo comparten los nombres de las siguientes revistas: *Eres niños*, *Princesas*, *Winnie Pooh*, *Cartoon Network*, *Barbie*, *Barnie*; además de la revista para adolescentes, *Por tí* y la destinada a espectáculos, *Tv notas*, toda vez que uno de los niños encuestados aún cuando expresa disgusto por su contenido la tiene catalogada para niños.

<sup>28</sup>Entiéndase por población infantil a los niños que asisten de manera periódica a los talleres culturales de sitio.

De no conocer ninguna revista, el cuestionado fue remitido hasta la pregunta 5, mientras que los que mencionaron sí conocerlas respondieron a las siguientes tres preguntas.

Ante la cuestión ¿Qué es lo que más te gusta de estas revistas?, los niños manifestaron que en cuanto a *Big Bang* lo más atractivo son sus dibujos, caricaturas, chistes, las cartas de niños que leen la revista, su sección de videojuegos, y la sección de datos curiosos. De *Cartoon network*, los reportajes de animales y sus artículos. De la revista *Winnie pooh*, les agrada que tenga un regalo a la par de la publicación además de las historietas y los dibujos que mandan los niños. *Eres niños* fue reconocida por sus dibujos, chistes, pasatiempos y la sección de ciencia. *Princesas* gusta también por el obsequio que contiene cada publicación, además de las imágenes que ilustran su contenido. De *Barbie* les atrae sus juegos y pasatiempos. Finalmente, la revista adolescente *Por ti*, interpretada por ellos como infantil, gusta por sus test, chistes y trabalenguas. En cuanto a *Tv notas* el niño que la mencionó manifestó no gustarle nada de dicha revista.

Al preguntarles ¿Qué eliminarían de dichas revistas?, éstas fueron algunas de sus respuestas:

**Big bang:** El resto del contenido porque está dedicado a las películas/su precio/la portada/la sección de deportes/los comerciales.

**Big bang:** El resto del contenido porque está dedicado a las películas/su precio/la portada/la sección de deportes/los comerciales.

**Cartoon network:** Su precio

**Tv notas:** Eliminaría todo

**Winnie Pooh:** La publicidad

**Eres niños:** La Portada/Caricaturas feas donde se burlan de los defectos de los demás/ La publicidad.

**Princesas:** La publicidad, le quitaría comerciales

**Barbie:** Su precio

**Barnie:** Su precio

**Por ti:** cosas de adolescentes/la sección de horóscopos.

A grandes rasgos 57% de los que conocen las revistas manifiestan desacuerdo por el alto contenido en publicidad, 22% por su precio y el 21% restante expone desagrado en algunas de sus secciones.

Si le pudieran agregar algo a estas revistas sería: Colores más brillantes/Información y noticias/Secciones de acción/Más dibujos y una sección para iluminar/Información sobre drogas o como protegernos/Sección de música/Cosas de la vida real/Algo de pintura o naturaleza/Información sobre el mundo/Hablar de más animales/Cosas sobre animales/Deportes.

música/Cosas de la vida real/Algo de pintura o naturaleza/Información sobre el mundo/Hablar de más animales/Cosas sobre animales/Deportes.

La quinta pregunta cuestiona acerca de el nombre que le podrían a una revista infantil, entre los que se proponen están: Lo mejor de los niños/Planeta de niños/Los niños infantiles/La revista de la luz/Niños chicos/Califito/El mundo /Brenda Lorena/Imaginaciones/Imaginantes infantiles/Sólo para los niños/Los niños luchan por el mundo/Experiencias de niños/Niños/Aventuras sobre niños/Niños y niñas/Niños de infancia/Los niños/Los niños tilonorrincos/Papel de niños/Los niños son alegría/¿Cómo obedecer a los padres?/Tv niños, Los niños del mundo/Niños para la salud/Naruto/Está bien pensado/Revista infantil/Amigos/Niños libres/Pericos/Por fin para los niños/Nosotros los niños/Niños en alegría/Juegos y emociones/Mochila al hombro de un niño/Sonrisas.

En tanto al 21 por ciento no se le ocurrió ningún nombre.

En relación al nombre Nidus, la revista infantil: periodismo hecho por ti y para ti, pregunta número seis, el 98% manifestó su aceptación y gusto, con opiniones como: Está bien/ Me gusta/ Bueno/ Divertido/ Es bonito e interesante/ Me gusta porque es como para una revista infantil/ Se oye bonito/ Me gusta porque el nombre tiene que ver con la naturaleza/ Me gusto porque habla de un nido como si lo construyéramos/ Bien porque está relacionado a lo que tiene la revista por dentro/ Adecuado para la revista/ Me gusta porque sale de lo común/ Suena chido/ Muy bueno/ Me gusta porque habla de niños y pájaros/ Muy original/ Está

lo construyéramos/ Bien porque está relacionado a lo que tiene la revista por dentro/ Adecuado para la revista/ Me gusta porque sale de lo común/ Suena chido/ Muy bueno/ Me gusta porque habla de niños y pájaros/ Muy original/ Está perfectamente bien/ Me gusta porque inculca la conservación del medio ambiente y si no fuera por ello no viviríamos/ Suena a niños, me gusta/ Me gusta se oye bonito/ Muy bonito/ Muy bonito por el tilonorrinco/ Me gusta, me parece que suena bien/ Creativo/ Es bonito, suena interesante/ Me parece bueno/ Interesante/ Diferente y bueno/ Alegre/ Interesante/ Inteligente. El 2 por ciento manifestó no gustarle, toda vez que le sonaba a marca de leche.

La siguiente pregunta indagó sobre la opinión respecto a que los niños participen como reporteros y colaboradores en una revista, a lo que apuntaron: Bien porque se hace bien al escribir/ Está bien porque enseñan nuevas cosas a los adultos/ Es muy bueno, para que los niños reflejen lo que sienten y para que otros niños conozcan lo que ellos proponen/ Está muy bien porque también se aprende y se expresa/ Es bueno que los niños opinemos y decidamos, no que a veces sólo los adultos lo hacen/ Nos enseñan nuevas cosas y eso es muy importante/ Conocemos cosas que nunca hubiéramos sabido/ Buena porque tenemos más energía que los adultos y podemos hacer más cosas/ Sí es muy interesante/ Es bueno porque conocemos nuevas cosas/ Muy bien porque así los niños y no los adultos crearían su revista/ Me parece bien que los niños colaboren en una revista para que puedan aprender nuevas cosas/ Está bien porque están dejando que los niños opinen/ Muy bien para que cada día piensen nuevas cosas/ Es divertido hacerlo, yo pienso/ Me gusta que sea interactiva y creo que a muchos nos va a

para que puedan aprender nuevas cosas/ Está bien porque están dejando que los niños opinen/ Muy bien para que cada día piensen nuevas cosas/ Es divertido hacerlo, yo pienso/ Me gusta que sea interactiva y creo que a muchos nos va a interesar/ Bien porque pueden expresar todo lo que sienten/ Bueno, porque los niños deben de expresar/ Es muy bueno para aprender periodismo/ Es muy bueno que los niños opinen sobre temas y aunque no lo crean tenemos imaginación/ Muy bien porque tenemos la libertad de hacer y crear cosas nuevas y porque influye mucho en nuestro conocimiento/ Muy bien porque es una oportunidad para conocer el mundo/ Muy bien/ Me parece bien porque los que la leen ven lo que pensamos/ Es bueno porque se aprenden nuevas cosas/ Muy importante para nuestra educación/ Me gusta la idea/ Bonito e interesante para los niños/ Bien porque aprenderíamos cosas nuevas/ Está bien porque se nos quita la pena de compartir cosas/ Bien, porque es justo que nosotros también estemos enterados/ Bien porque es importante que aprendamos a investigar/ Me parece interesante y divertido/ A mí se me hace padre escribir y tomar fotos/ Nunca he visto algo así y creo que hace mucha falta/ Bien para aprender nuevas cosas/ Es interesante aprender a investigar, tomar foto y opinar/ Yo sí quiero/ No le veo lo malo/ Es importante porque en la escuela no nos enseñan eso.

Posteriormente, con base en el boceto mostrado a los niños, opinaron acerca de la portada, el contenido y el diseño (apartados 8, 9 y 10 del cuestionario). Estos fueron los resultados.

En relación a la portada Al 17% le resultó poco atractiva, al 45% atractiva, y un 38% opino que era muy atractiva.

Cuando se les cuestionó acerca de lo que eliminarían de la revista, el 59% contestó *nada*, y el 41% restante quedó distribuido de la siguiente manera: el 17% eliminaría el color del fondo, el 9% el tipo de letra que constituye el nombre de la revista, el 7% la imagen, el 4% las manchas amarillas (la imagen de una hoja rasgada que aparece en el fondo), el 2% al ave que aparece en la parte inferior de lado derecho y el otro 2% quitaría la cámara que tapa la cara del niño).

En relación a lo que le agregarían, el 24% manifestó no desear agregar nada, en tanto, el 36% colocaría una imagen con más niños (*Un poquito de más niños. Más niños que hagan esa portada. Más niños que representaran el contenido de la revista*). El 15% decoraría la portada con colores más llamativos, y el 25% está constituido por múltiples ideas: Figuras que la adornen más; nidos, pájaros, cigarro; huevos al fondo como si estuvieran en un árbol; fotos de animales; animales; estrellitas alrededor; corazones; juguetes; pajaritos; un niño que abra la revista y muestre el contenido de ella.

En cuanto al contenido, ninguno de los cuestionados manifestó desinterés: el 8% subrayó "me interesa", y el 92% "me interesa mucho".

Eliminar. El 70% no agregaría nada, en comparación con el 30% propone los siguientes temas: Autos y pistas de carreras y basquetbol. Reportajes de drogas.

Eliminar. El 70% no agregaría nada, en comparación con el 30% propone los siguientes temas: Autos y pistas de carreras y basquetbol. Reportajes de drogas. Más información sobre animales. Cosas que nos hagan daño a los niños o al mundo, como los que maltratan la naturaleza. Reportajes de drogas. Más información sobre el mundo. Más reportajes y más noticias. Reportajes de niños que no tienen donde vivir. Información sobre escuelas. Trabalenguas. Reportajes sobre los daños de las drogas y la violencia en la calle. Más dibujos. Marcos en las hojas. Más artículos de distracción, juegos, trabalenguas. Algo sobre enfermedades

Agregar. El 91% no le quitaría nada, un 2% eliminaría las fotos interiores y el 7% omitiría la sección de deportes (cabe destacar que este 7% es ocupado por niñas).

A la pregunta ¿Cuál fue la sección que más te gusto?, el 36% no tuvo preferencia determinada y expuso haberle gustado todas, el 16% se inclinó por la sección del fumador, para el 10% la mejor sección fue la de *Noticias de México*, 6% *Las noticias del mundo*, 8% *Zona deportiva*, 4% los anuncios, 4% *Animales*, 8% el editorial, 4% *Alrededor de nuestra casa*, 2% *Chistes*, 2% *Opinión*, 25% deportes. Cabe destacar que la totalidad de el último porcentaje está constituido por niñas.

El 57% aseguró no tener disgusto por ninguna sección, al agradecerles todas. Al 4% no le agradó el apartado de *chistes*, al 6% *alrededor de mi casa*. Debemos resaltar que la razón por la que a una niña no le gustó esta sección es, según sus palabras: "porque yo ya sé de eso". El 2%, es decir, a un niño, no le agradó *Niños* 48

que la razón por la que a una niña no le gustó esta sección es, según sus palabras: “*porque yo ya sé de eso*”. El 2%, es decir, a un niño, no le agradó *Niños en México*, el niño que constituye este porcentaje manifestó no gustarle esta sección por la tristeza que le causó la noticia. 4% *Niños cineastas*, 2% *Viaje*.

En cuestión de diseño, ningún cuestionado expuso desagrado, el 82% eligió la respuesta “me gusta mucho”, el 18% “me gusto”.

Eliminar. 87% no le quitaría nada a lo que constituye el diseño, 11% cambiaría el tipo de letra y a un 2% le desagradó la falta de color.

Agregar. 76% no le agregaría nada, 12% colocaría marcos en las hojas, 6% introduciría más dibujos, 4% modificaría el tipo de letra y 2% añadiría más fotografías.

A la pregunta 11: ¿leerías *Nidus*? El 100% aseguró que sí.

La pregunta 12, inquirió acerca de su participación como colaboradores de la revista, a lo que el 92% contestó que sí participaría y un 8% por ciento indicó no desear participar.

### 5.1.1. En resumen. Consideraciones generales

#### Las revistas a su alcance

Es relevante el hecho de que las casi tres cuartas partes de la población infantil no conozca ningún tipo de revista para niños, lo que revela que contrariamente a que las hay, los niños no tienen acceso a éstas.

La hipótesis en relación a este punto, cuyo fundamento lo tienen las respuestas a la pregunta tres del cuestionario del sondeo, *¿qué eliminarías de estas revistas?*, por parte de quienes aseguran conocer las actuales (28%), es que los niños no leen las que están destinadas a su edad en primera razón, porque les desagradan el atiborrado contenido de publicidad, desacuerdo que manifiesta poco más de la mitad de los cuestionados, en segundo término, y no menos importante, es su precio, 22% lo asegura así, mientras que al resto le desagradan contenidos como “las caricaturas que se burlan de los defectos de los demás”, los asuntos de adolescentes y los horóscopos, sólo por citar algunos ejemplos.

Este último punto, da pie a que mencionemos el hecho de que algunos niños cataloguen a las revistas para adultos (*Tv notas*) y adolescentes (*Por tí*) como para

niños. Seguramente se lo debemos a su fácil acceso, es decir, estas revistas no necesariamente tienen que ser compradas por los niños, sino que suelen ser las que adquirieron adultos o adolescentes con los que conviven, y cuyo alcance está en la mesa o en el sofá.

Ahora, aprendamos de lo bueno de las publicaciones infantiles actuales, fueron variadas las respuestas, sería difícil efectuar un porcentaje concreto pero destaca principalmente el agrado por las imágenes, su contenido en entretenimiento y pasatiempos como los test, trabalenguas chistes y juegos que se resuelven en sus páginas. Los niños están interesados en temas como la ciencia, los videojuegos y los animales. Además les agrada que la publicación contenga un regalo en cada edición.

Destaca su interés por los espacios, aunque mínimos, que las publicaciones brindan a los niños para participar directamente en ellas, tales como los comentarios de los niños que leen las revistas, las historietas elaboradas en base a la participación de alguna investigación, por parte de los lectores, y los dibujos que enviados los niños.

Los niños agregarían colores más brillantes y más dibujos a sus ediciones; información sobre la vida real y el mundo; noticias y una sección para iluminar; otra de música, una más de acción; temas en cuanto a pintura, naturaleza, drogas y cómo protegerse; y más contenido sobre información de animales y deportes.

### **Su opinión sobre *Nidus***

Variados fueron también los nombres que se les ocurrió para una revista infantil, no hay uno en el que todos o lo mayoría haya coincidido. No obstante, 98% estuvo de acuerdo con el nombre que se propuso para la revista (*Nidus*), exponiendo comentarios muy asertivos sobre dicho nombre, pero es importante destacar que el 2 % restante coincidió en que el nombre les refiere a una marca de leche (*Nido*).

Los niños *ven con buenos ojos*, que sean ellos los colaboradores de una revista infantil, señalan lo favorable que sería para su formación en la escritura; lo ideal como alternativa de expresión y aprendizaje; la oportunidad de opinar y decidir; la ventaja en energía que tienen sobre los adultos, lo divertido que podría ser, el interés que puede despertar por el hecho de ser interactiva, su aprendizaje acerca del periodismo, y el beneficio que representa para los adultos conocer el punto de vista de los niños, “aunque no lo crean tenemos imaginación”, dijo una niña.

## Sugerencias del sondeo retomadas en el *Dummy 2* de *Nidus*

La portada es relativamente aceptada por la mayor parte de los encuestados, poco más de la mitad de ellos no eliminarían nada de a la portada, aunque la portada inicial de la revista fue modificada en atención al 36% de los encuestados que refirieron que colocarían una imagen con más niños. Asimismo, tomado en cuenta al 15% de los niños cuestionados se utilizaron colores más llamativos en la portada, y se colocaron algunos elementos de los sugeridos por el 25% de los niños (nido, pajaritos y más niños).

De manera muy afortunada ninguno de los cuestionados manifestó desinterés por el contenido, al contrario, resulta alentador saber que el 92% eligió la opción “me interesa mucho”.

Para futuras publicaciones se tomaron en cuenta sugerencias de temas como autos reportajes de drogas y más información sobre animales, juegos, trabalenguas e información enfermedades.

A pesar de que en cuanto al diseño ningún encuestado expuso desagrado, se tomaron en cuenta las propuestas de colocar marcos en las hojas y modificar el tipo de letra.

## Leer *Nidus*, participar en ella.

La totalidad de nuestros encuestados leería *Nidus*. Respecto a su participación como colaboradores de la revista, el 92% contestó que sí participaría, ambas respuestas revelan la inquietud de los niños por informarse, por leerse, por expresar, por informar, por comunicar.

Finalmente a poco más del 80% le interesa iluminar las imágenes que aparecen en *Nidus*.

\$5.00

Dibujos

Noticias

Entrevistas



# NIDUS

, la revista:  
periodismo hecho por ti y para ti



Nezahualcóyotl, Estado de México.  
AÑO 1 No. 1 ABRIL 2008

# SUMARIO



**ALREDEDOR DE MI CASA.** Estudiantes de secundaria peleando. 8

**HACER REIR TIENE SU CHISTE.** 13

**¡CLARO QUE TE LO RECOMIENDO!** 18



**En REINO ANIMAL:**  
El hipopótamo y la mosca. 3

**HOJA LIBRE.** 15

**AVISITOS.** 16



**NOTICIAS QUE DAN GUSTO.**  
Pequeños Frankenstein le dan vida a muñecos de plastilina. 2

**O TÚ, ¿QUÉ OPINAS?** 14



Visita una **ZONA DEPORTIVA** Entre polvo y piedras. 19

**DEL MUNDO.** Un niño encuentra error en cálculos de la NASA. 6

**MÉXICO.** Pobre la situación de niños indígenas. 7



Conoce el **ÁLBUM DE un VIAJE** fallido. 4

La **PÁGINA EDITORIAL** responde: ¿Qué es un tilonorrinco? 1



# Bienvenido

Envía tu hoja libre a: [nidus.larevista@gmail.com](mailto:nidus.larevista@gmail.com) o a Calle 28 N. 94 col. Edo. de México, Nezahualcóyotl. C.P. 57210

Lo que ves en la parte inferior de esta página es un **tilonorrinco**. Habita en Australia y elabora su hogar con hierbas, ramitas, cuerdas, paja, conchas y pigmentos de plantas; elementos que aunado a su ingenio le dan al nido la apariencia de obra de arte.

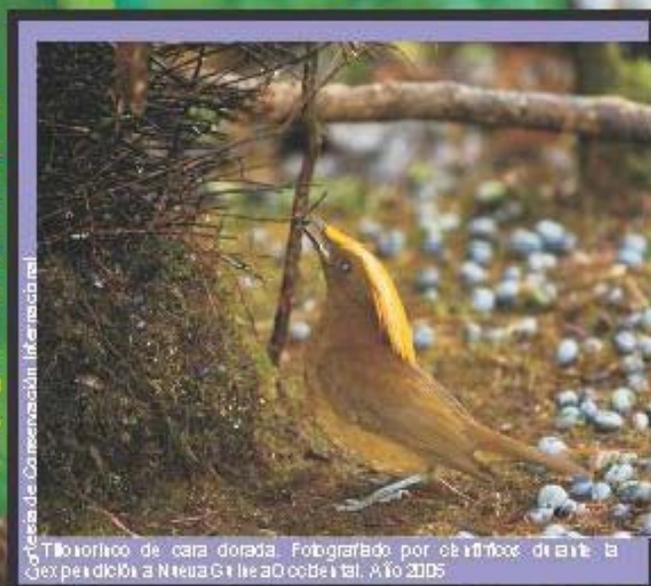
Fascinados con la labor del tilonorrinco, hemos decidido que quienes integramos la revista, incluyéndote a ti, llevemos el sobrenombre de esta ingeniosa ave. Por eso nuestra revista tiene ilustraciones para iluminar y decorar como lo hace el **tilonorrinco**.

También encontrarás la hoja libre para que escribas tu investigación, porque éstas son las ramas fuertes de *Nidus*.

Nosotros, como tú, éramos niños aburridos en nuestras casas o jugando todo el día máquinas, hasta que empezamos a construir esta revista. La experiencia que hemos vivido es genial: conocemos lugares, amigos y formas para descubrir lo desconocido.

A continuación lo compartimos contigo. Esperamos que tú lo hagas muy pronto, para que sigamos construyendo *Nidus*, mientras tanto te invitamos a disfrutar de las primeras ramitas, pero no olvides, el **tilonorrinco** del siguiente número podrías ser tú.

**Nota.** Esta página fue escrita con ayuda de todos los que hicimos este primer número.



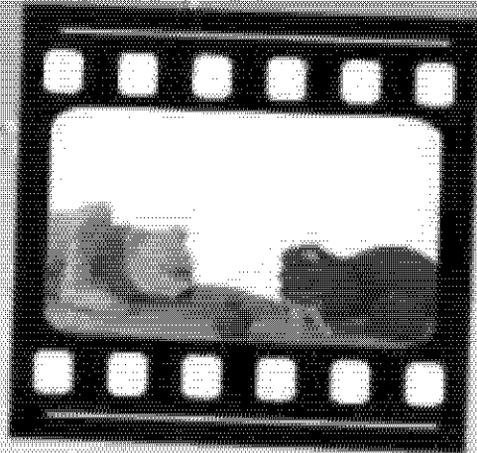
Tilonorrinco de cara dorada. Fotografiado por el autor frente a la Expedición a Nueva Guinea del Codelta, Año 2005

# Pequeños Frankenstein

Estos niños



se dieron vida



o muñecos de plastilina

Noticias que dan gusto :)

¿Cómo lo hicieron?

En un taller de clase del grupo La matatona A.C. Realizaron una película corta, conocida como cortometraje.

Cuando están por medio, sabemos la mano de un niño y probamos, le cobramos un poco más y sabemos a golpear. Así fue en todo momento, por eso parece que se acuerden de cuando dice Felipe, creador del cine.

Durante la entrevista, les preguntamos qué les daban a los niños que no tenían dinero para crear un corto y estas fueron sus sugerencias:

**Carmel:** Pueden hacerlo en su casa con una cámara pequeña.

**Pablo:** ¡No entiendes! ¡Ser pobres, no tienen dinero, están en la banca rota!

**Al:** Pueden hacerlo con una vela, tela y figura de cartón, le falta un pedrito.

**Carmel:** No, tienen que hacer lo posible por tener dinero, no se puede hacer un cortometraje sin dinero.

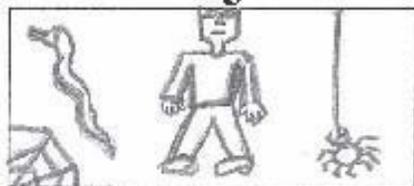
**Historiadora:** Erick Hoxan Fabian Hernández  
10 julio

**Historiadora:** Tatyda Andrea Barco Cevallos  
10 octubre

# ÁLBUM DE VIAJE



## Un viaje fallido a cambio de uno



Nos encontrábamos entre tarántulas y serpientes, cualquiera en nuestra situación hubiera corrido del susto,



Nosotros no lo hicimos, en parte porque somos muy valientes y en parte porque nos protegía el vidrio que estaba delante de ellas.

Serpientes de todos tamaños y colores, se arrastraban de manera sospechosa.



Las tarántulas trepaban curiosas, una de ellas cubría el vidrio con su telaraña, parecía enojada porque la veíamos, en cambio a otra seguro le encantaba lucirse, debajo de su pecera decía que es la tarántula más famosa, es ocupada en las películas de terror y suspenso, a ésta sólo le faltaban sus lentes y su alfombra roja para lucir como una verdadera actriz

Si te preguntas cuál es el nombre de las especies que te estamos platicando, debemos confesar que cometimos uno de los peores errores de un reportero: no llevar pluma, ni papel para anotar datos, y como habrás de imaginarte se nos olvidaron los nombres (búscanos y avientanos jitomates).



Pero mejor empecemos desde el principio, para explicarte a qué lugar fuimos. Partimos de Casa de Cultura de Cd. Nezahualcóyotl, hacia Chapultepec. Teníamos la gran ilusión de ir a la megapantalla de El Papanote, museo del niño, a ver la película en tercera dimensión de dinosaurios. Así que llevábamos el dinero justo para nuestros pasajes y el boleto de entrada, además de mis ahorros para comprar un recuerdo del lugar. Siempre he pensado que lo mejor de un viaje es traerte un recordito; durante el trayecto yo venía contando, una y otra vez, los doce pesos que traía para el niño.

Al llegar a la taquilla del museo, nos llevamos la desagradable sorpresa de que ya no había boletos. Habíamos hecho una hora de trayecto y gastado en pasajes, así que para aprovechar el viaje, propuse ir a México Mágico, que queda enfrente del Papanote, mi acompañante, una amiga adulta, se resistía porque se imaginaba que era aburrido, pero yo le supliqué tanto que terminé convenciéndola.



¡Imagina y dibuja aquí!

Después de visitar la exposición de tarántulas y serpientes, de la que ya te conte, fuimos a la de maquetas, son más de noventa y todas son tan bonitas y raras que dan ganas de meterse en ellas, situación que no es tan imposible, porque las maquetas son edificios de la Cd. de México, que puedes visitar en cualquier momento.

Después fui a la mascota gigante, un perro que me cayó bien porque cuenta chistes, en él vimos el milagro de la vida, porque nacieron perritos.



¡Imagina y dibuja aquí!

Ya casi al final del paseo visitamos la ludoteca, un lugar en donde además de libros, tiene juegos muy divertidos, como futbolitos y jumanjis.



Tal parece que la mala suerte nos acompañaba porque el globo aéreo con el que cuenta el parque no estaba funcionando, pero bueno, eso será un pretexto para ir en otra ocasión.

Al salir de México mágico, con mis doce pesos y ocho que me presto mi amiga, compre un tamagochi que fue una desgracia, porque sólo sabe comer, entonces comprendí que esta vez el recuerdito no fue tan bueno como el viaje.

Tilonorrinco: Víctor Tlacaclael Marín Villafaña  
9 junios

Tips para tu visita

1. Sí, piensas ir a la Megapantalla, compre un día antes tus boletos, para que no te pase lo que a nosotros.
2. Si vas a México Mágico, no olvides llevar una pluma y un lápiz, para que nos puedas pasar los nombres de las especies de la exposición. (lo de los jitomates era broma)
3. No compres Tamagochis.
4. Diviértete mucho

México Mágico

Ubicación: Segunda sección del bosque de Chapultepec

Horario: Martes a domingo de 10:00 AM a 6:00 PM.

Entrada: \$50 (maquetas, tarántulas, mascota y ludoteca)

\$100 (maquetas, tarántulas, mascota, ludoteca y globo aéreo)

Tilonorrinco: Víctor Tlacaclael Marín Villafaña  
10 junios

Ilustraciones elaboradas por el tilonorrinco: Alan Alexis Contreras Hernández  
11 eneros

# DE & MATHS

## ÁFRICA NO LOGRA EL RETO

**El mayor número de muertes de niños está en este continente**

Ciudad del Cabo, abril del 2008. La Organización de las Naciones Unidas (ONU), cada año se plantea metas para reducir la muerte de niños, los países africanos fueron los que menos avanzaron en el reto, mientras que Perú fue una de las naciones que más logros consiguió.

Los 10 países con el mayor número de muertes están en África subsahariana,

una región muy afectada por el SIDA (síndrome de inmunodeficiencia adquirida) y las peleas entre la gente, esto lo dijo Peter Salama, jefe de salud del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), en un informe que tiene como nombre Cuenta Regresiva 2008.

Agencia: Reuters

Redactado por el tlonnino:co:

Roberto García Chávez

11 abiles



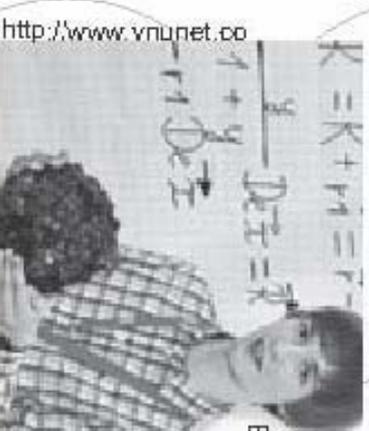
<http://magnados.bloga.com>

## NIÑO DE 12 AÑOS DESCUBRE ERROR DE LA NASA

**Sus cálculos fueron mejores que los de la agencia espacial**

Berlín, abril del 2008. Estudios realizados por la NASA (por sus siglas en inglés: Administración Nacional de Aeronáutica y del Espacio) revelan que en el 2029 el asteroide "Apophis" podría chocar con la Tierra. Según las investigaciones de esta agencia espacial las posibilidades son una entre 45.000, pero el niño alemán Nico Marquardt, realizó sus propios cálculos y descubrió que las probabilidades son una entre 450. Los resultados fueron comprobados: Nico está en lo correcto.

El niño realizó el descubrimiento utilizando información del telescopio de un instituto de su país que se llama Instituto Astrofísico de Potsdam (IAP). El fue a ese telescopio porque era parte de un proyecto que elaboró para una competencia regional de ciencia titulado "Apophis, el asteroide asesino".



<http://www.vnu.net.co>

Agencia: ABC

Redactado por el tlonnino:co:

Manu el Alejandro Nicolás Morales

11 octubre



# POBRE, LA VIDA DE NIÑOS INDÍGENAS

• MUCHOS NO VAN A LA ESCUELA Y PADECEN ANEMIA

ACAPULCO, GRO, FEBRERO DEL 2006. LOS NIÑOS INDÍGENAS DE MÉXICO SON DISCRIMINADOS Y LA MAYORÍA SON MUY POBRES, ESTO ES CONSIDERADO GRAVE PARA EL FONDO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA INFANCIA (UNICEF), ASÍ LO DIJO NANCY ROBINSON, COMISIONADA DE ESTE ORGANISMO.

DURANTE LA REUNIÓN SISTEMA DE JUSTICIA PARA ADOLESCENTES, NANCY DIO A CONOCER QUE ENTRE LOS NIÑOS INDÍGENAS, MUCHOS NO SABEN LEER NI ESCRIBIR Y MUCHOS OTROS PADECEN ANEMIA.

TAMBIÉN INFORMÓ QUE LOS NIÑOS INDÍGENAS SON MAS DE 40 MILLONES Y SE REGISTRAN EL DOBLE DE MUERTES COMPARADOS CON EL RESTO DE LOS NIÑOS MEXICANOS.



Niños Coras. Frente: Pueblos Indígenas de México. SedesoHNI

NANCY OPINÓ QUE LO QUE HACE EL GOBIERNO PARA COMBATIR ESTA SITUACIÓN NO ES CARIDAD, SINO OBLIGACIÓN, PORQUE TODO PERSONA TIENE DERECHO A GOZAR DE UN ADECUADO NIVEL DE VIDA.

NOTA OBTENIDA DEL DIARIO LA JORNADA  
Y REDACTADA POR EL TILONORRINCO  
JORGE ANTONIO GARCÍA CHÁVEZ.

13 ABRILES

México



# ALREDEDOR DE NUESTRA CASA

## Nos vemos a la hora de la salida

¡Hay pelea! ¡Hay pelea! eran los gritos de dos niños, mi tío los escuchó mientras caminaba por la colonia Las Flores en Nezahualcóyotl. Cuenta que se dirigió a donde ellos señalaban; eran dos adolescentes con uniforme de secundaria que se agarraban del chongo.

A mí se me hace que la historia de mi tío no es de a veces, ya es muy común.

Angélica tiene 14 años y se ha peleado tres veces afuera de la Secundaria José María Morelos y Pavón en Nezahualcóyotl, en donde estudia, pero su última pelea la dejó marcada.

—Esta cicatriz me la hicieron cuando me peleé, me aventaron una botella

—¿Has peleado con libros, zapatos o alguna cosa así?

—No

—¿Así a greñas?

—Sí, a greñas. Contesta sonriente, su mamá interrumpe la entrevista con un grito: ¡esa da pueros trompones, esa no se va a las greñas!

p

e

l

e

a

s



Por su parte, el director de la secundaria a la que asiste Angélica, Nicolás Rodríguez Javier, nos contó que regularmente todo empieza con un rumor de alguien que ocasiona que dos o más se peleen y al final ése que ocasionó el enfrentamiento sale libre. "Los alumnos se pelean fuerte en la calle, en todas las escuelas de Ciudad Neza, ésta no es la excepción", asegura el director.

El professor nos dijo que a través del programa Escuela Segura, hay comisiones con padres de familia y maestros, además de pláticas para los alumnos, pero esto no es suficiente. "Debe haber mayor intervención por parte de los padres de familia, la mayoría no participa en la educación de sus hijos, no vigilan y no revisan ni los materiales con que vienen a la escuela.

Además, en un 80 por ciento o más, la comunicación entre padres e hijos es muy violenta, nos explica.

Al final de la entrevista el professor Benjamín, nos aconsejó: "Apréndase lo más malo de las personas adultas para que no incurran en esos errores".

Según datos del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación, a nivel nacional la escuela es el cuarto lugar más violento.

Y criticamos a los Estados Unidos, cuando en nuestra propia comunidad a la hora de la salida, los uniformes se salpican de sangre.

Tilonorrinco: Daniel Sánchez Juárez

10 octubres

Tilonorrinco: Miguel Ángel Cerón Cruz

10 eneros



## NINOS SE HACEN PASAR POR AUTORIDADES DE NEZA

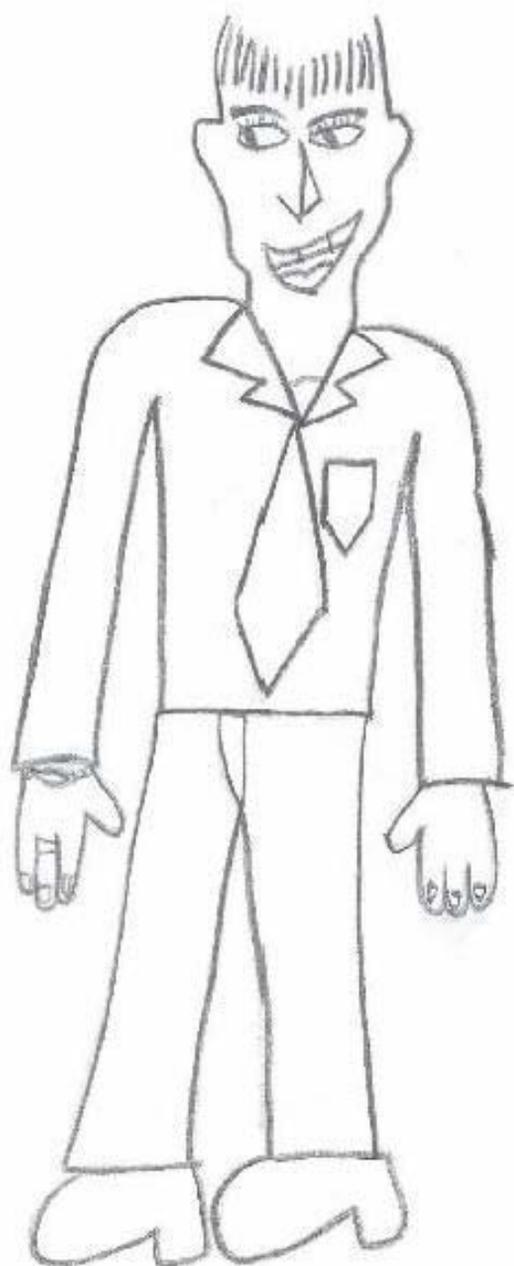
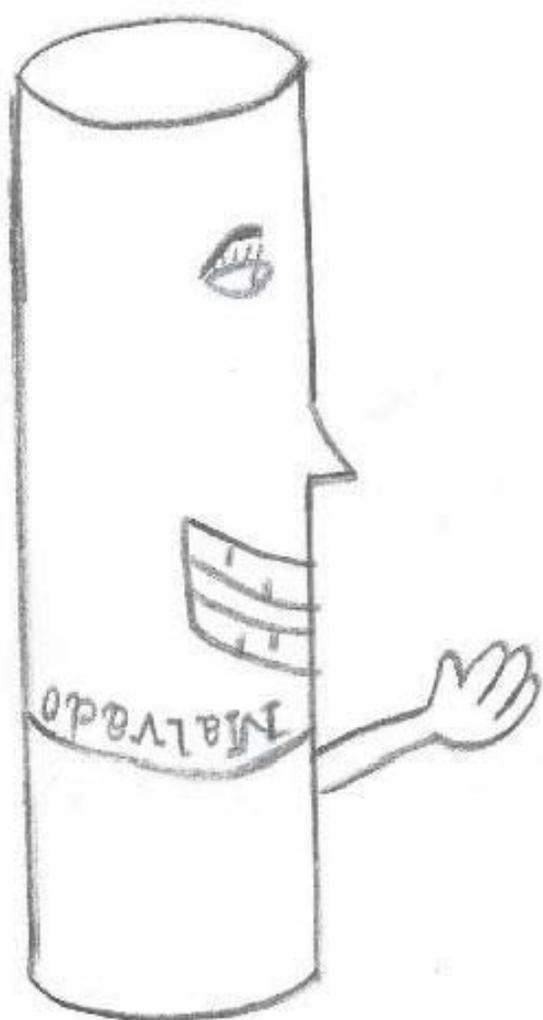
-Alrededor de nuestra casa también sucedió esto...

Nezahualcóyotl, Méx, marzo 2008.  
24 niños que cursan entre el tercero y el quinto de primaria, representaron a síndicos, regidores y hasta al presidente municipal.

Delante del alcalde de Nezahualcóyotl, Víctor Manuel Bautista, los disfrazados dijeron que quisieran tener más computadoras, mejores salones y sanitarios limpios.

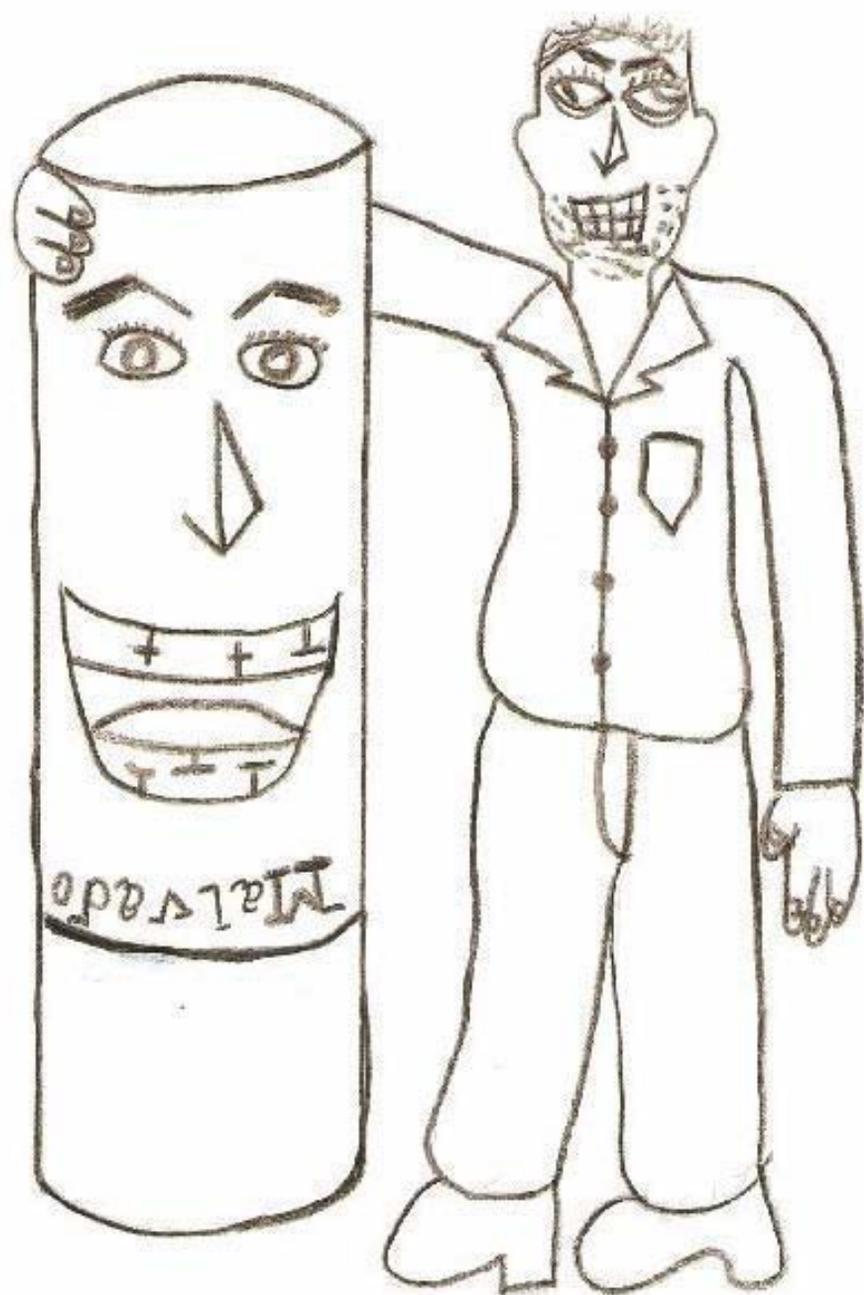
Tilonorrinca: Perla Antonia  
Hernández Arcos  
11 marzos





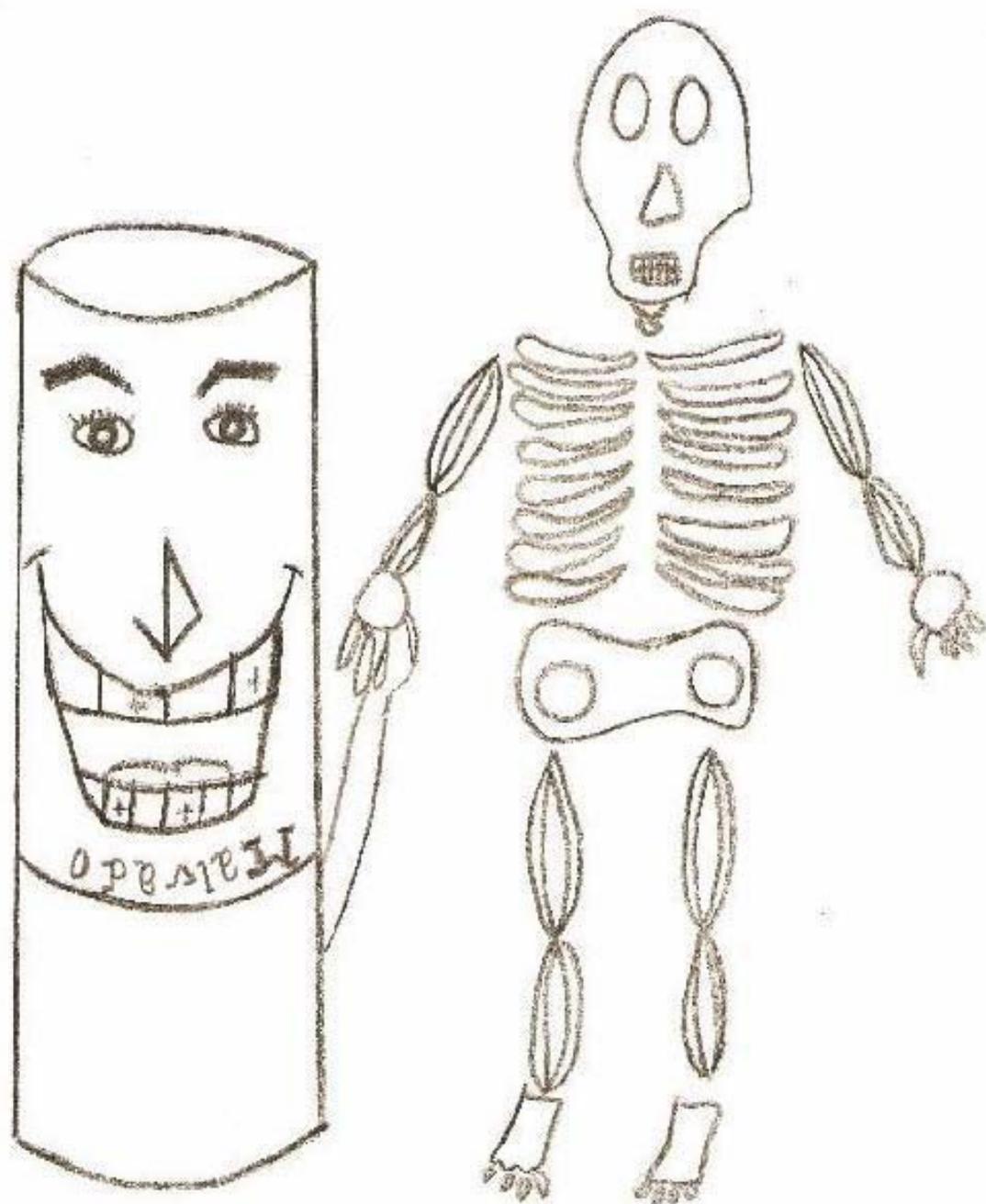
Ayer lo conoció





Hoy es su gran amigo





Mañana lo llevará a  
la muerte



# ¿Y tú... ya lo conoces?

**Ilustraciones elaboradas por el tilonorrinco:**

**Alan Alexis Contreras Hernández**

**11 enero**

**Idea original de:**

**Tilonorrinca: Lucero Yanin Contreras Landeros**

**14 abril**

**Tilonorrinca: Berenice Espinosa Contreras**

**14 julio**

**Tilonorrinco: Salvador David Torres Contreras**

**13 diciembre**

**Tilonorrinco: Mario Alberto Cano Contreras**

**15 noviembre**



# O tú, ¿qué

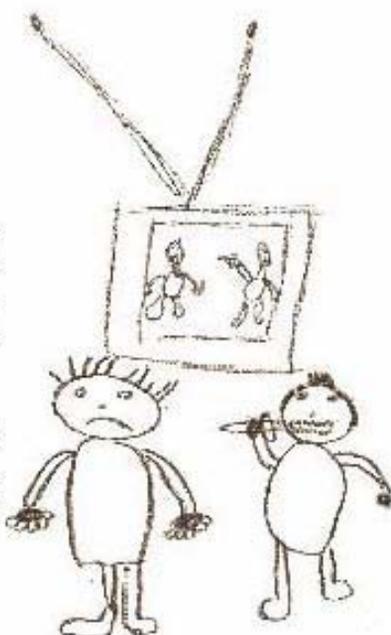
P  
I  
N  
A  
S?

## Violencia en la televisión

La televisión es un medio de comunicación donde no hay control para transmitir mensajes violentos. A través de caricaturas, como Dragon Ball, en las telenovelas y en los noticiarios.

Todas esas escenas violentas los niños las toman y en ocasiones las ponen en práctica, por eso es necesario que los padres vigilen lo que ven sus hijos en la televisión.

Tilonorrinco: Daniel Sánchez Juárez  
9 octubre



Mi mamá y yo  
en la escuela.

Convivir con nuestra mamá es una de las mejores cosas que nos pueden pasar a los niños. Que nuestros mamás vayan a nuestra escuela, para que juntos hagamos actividades, es genial.

Yo estudio el 4to año de primaria en una escuela pública de Nezahualcóyotl, que se llama Educación y Patria. Hace poco mi mamá, junto con las de mis compañeros, vinieron a participar con nosotros en una actividad física para fortalecer el lazo que nos une.

Una vez que me vine a los hijos con la mamá, se llama matrogimnasia y fue muy divertido, todos estábamos muy contentos.

Bueno, hubo mamás que no fueron y sus hijos tuvieron que convivir con otras, eso no estuvo tan bien. Los mamás deben darse un tiempo para estar con ellos.

Yo opino que estas actividades deberían de organizarse más seguido, también con los papás, y si trabajen deberían pedir permiso para participar con su hijos.

También podría haber actividades de dibujos, lecturas, concursos y nosotros podríamos sugerirles otros a los directores. o tú, ¿qué opinas?

Tilonorrinca: Karla Denise Arista  
Paredes  
9 agosto



# LA HOJA DE LA LIBRERÍA



\* AVISITOS \*

Cambio pelotas de Plástico por algún juguete que ofrezcan. Llámame, mi nombre es Vanesa Yazmín y mi teléfono es el 86-82-97-91.

Vendo lapicera de niña en \$15.  
57-35-93-75,  
con Tayde.

Cambio pez globo muy agresivo, le pega a mis otros peces, yo quiero uno que no le pegue y que esté bonito. Me llamo Michelle y puedes llamarme al 57-80-72-72.

Vendo hñho de peluche \$10, me lo regaló mi vecina, está bueno, pero a mí los peluches me gustan nada más tantito. Si te interesa marca al 86-82-97-91 y pregunta por Omar.

Regalo gatitos, hay blancos, negros y café.

Llámame al  
57-35-93-75.



Imaginate más!

Hacemos la televisión contigo  
Imaginate!

once tv

Todos los días por Once TV.  
La televisión para niños es Once Niños.



once niños

SE BUSCA

\*\*\*RECOMPENSA\*\*\*

Responde al nombre de Valentina  
Favor de entregarla en la calle  
Santa Rosa de Lima No. 134,  
a nombre de Javier González



- Te lo voy agradecer  
mucho -

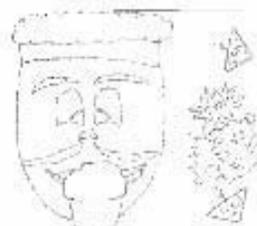




Un niño mete los plátanos a la licuadora.  
 Mete el primer plátano y le dice: ¡por favor, no me metas!  
 Mete el segundo plátano y éste le dice: ¡por favor, no me metas!  
 Mete el tercer plátano, pero éste no grita.  
 El niño le pregunta: ¿y tú por qué no gritas?  
 El plátano contesta: es que yo soy plátano macho.

¿Cuál es el animal que se sorprende de cualquier cosa que ve?

El perro. Porque cada que ve algo dice: ¡woau, woau!

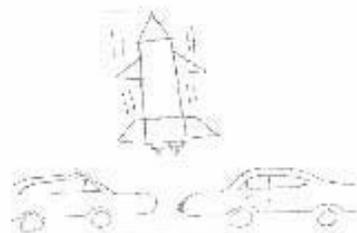


¿En qué se parece un panadero a un cuete?

En que el cuete hace pun y el panadero hace pan.

¿Por qué se suicidó el cuaderno de matemáticas?

Porque tenía muchos problemas



¿Cuál es el colmo de un astronauta?

Que no haya espacio en el estacionamiento.

Hacer reír tiene su chiste



Recopilados por el Tilonorrinco: Erick Hotcen Fabián Hernández  
 11 julio

Ilustrados por el Tilonorrinco: Alan Alexis Contreras Hernández  
 11 enero



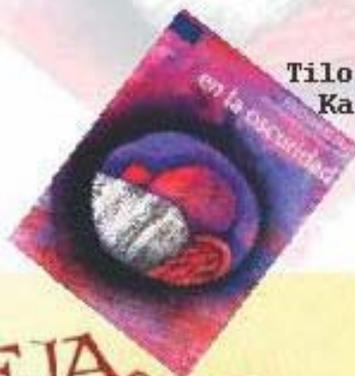
# ¡Claro que se los recomiendo!

Mamá dijo :-Quédate ahí que no me tardo- ¿Me lo prometes, mamá? -¡Claro que sí! Sólo voy a comprar un kilo de arroz para la cena. Ella mintió. No regresó. Me quedé sola.

Este es uno de los fragmentos más conmovedores del libro "En la oscuridad" Lo que más me gusto de esta historia es que la niña que participa en ella es muy valiente. Su mamá la abandona y ella tiene que vivir en la calle, entre cajas, junto a otras niñas. La mayor se llama Docá y es quien cuida de las otras. La niña vive durante tres años en la calle, el final de está historia es inesperado.

Es una historia que enseña a enfrentar nuestros miedos a través de la amistad. ¡Claro que se los recomiendo!

Título: En la oscuridad  
Autor: Julio Emilio Braz  
Editorial: Fondo de Cultura  
Económica (FCE)  
Colección: A la orilla del viento



Tilonorinca:  
Karla Denise  
Arista Paredes  
9 agostos



## DE LA OREJA AL CORAZÓN

de Mercedes Gómez Benet

Es una obra de teatro muy buena. Se trata de un niño huérfano a quien le gusta la música pero no puede dedicarse a eso porque la gente le dice que eso no da dinero.yo no les cuento más, pero vayan a verla porque está muy buena. Hay música en vivo y los titeres están muy bien hechos.

¡CLARO QUE SE LAS RECOMIENDO!



tilonorinco: marie alberto cano contreras  
15 noviembre



# ZONA DEPORTIVA

## ENTRE POLVO Y PIEDRAS

Quería encontrar un buen jugador de fútbol, por eso fui a las canchas del Bordo de Xochiaca, en Nezahualcóyotl, pregunté a los espectadores y me señalaron a dos niños que al parecer jugaban bien, los observé entre polvo y piedras luchando por ganar.

Sus nombres:

Arturo Alexis García González y David Vázquez

A los dos les gusta mucho el fútbol, el primero le va a los Pumas y el segundo a las Chivas, pero ambos piensan que sus equipos favoritos a veces nos juegan bien.

Ahorita, me vinieron muchos recuerdos por ustedes, porque yo de niñito jugaba aquí en este campo y viéndolos jugar me acordé, les comento.

Ustedes, ¿Desde qué edad empezaron a jugar?

Arturo voltea a ver a su papá y él le sopla la respuesta: \_desde los nueve años.

David es nuevo en esto, hace algunos meses empezó, pero lo hace muy bien.



Mientras hacía las preguntas noté que Arturo nunca le quitó la vista a la cancha, seguía al



balón con los ojos y le hacía más caso al partido que a la entrevista.



¿Qué les gustaría que les hicieran a las canchas?

Que fueran de pasto, contesta Arturo

¿No te gusta la arena?

No, porque luego me empolvo la cabeza, no veo bien y si voy a notar

¿Qué les gritan sus papás afuera de la cancha?

Que anotemos, que nos demos pases, que nos desmarquemos.

Contesta Arturo

¿Y les hacen caso?

A veces, responde

scriente David.



Ti onorrinco:

Mario Alberto

Cano Contreras

15 noviembre





Tilonorriñco:  
Daniel  
Sánchez Juárez

DX

GA 10 octubre



Tilonorriñca:  
Tayde Andrea  
García Camoira

DX

GA 10 octubre



Tilonorriñco:  
Erick Hotcen  
Fabián Hernández

DX

GA 11 julio



Tilonorriñco:  
Mauricio Adrián  
Pérez Traviña

DX

GA 11 septiembre



Tilonorriñca:  
Karla Denise  
Arista Paredes

DX

GA 9 agosto



Tilonorriñco:  
Miguel Ángel  
Cerón Cruz

DX

GA 10 enero



Tilonorriñco:  
Alan Alexis  
Contreras Hernández

DX

GA 11 enero



Tilonorrinco:  
Victor Thaelel  
Marín Villa faña

DX

GA 10 junios



Tilonorrinca:  
Gianny Berkin  
Fabian Hernández

DX

GA 8 agostos



Tilonorrinco:  
Roberto  
García Chávez

DX

GA 11 abril



Tilonorrinco:  
Mario Alberto  
Cano Contreras

DX

GA 15 noviembre



Tilonorrinco:  
Manuel Alejandro  
Nicolás Morales

DX

GA 11 octubre



Tilonorrinco:  
Jorge Antonio  
García Chávez

DX

GA 10 octubre



Tilonorrinca:  
Perla Antonia  
Hernández Arcos

DX

GA 11 marzo



**gandhi.**  
libros · música · video · café

# Todos los lectores fueron niños.

En la compra de **\$500** o más,  
llévate un morral con lapicera  
y balón Gandhi por sólo **\$70.**

**mi página 1**

programa de beneficios Gandhi

Si eres socio de **página 1** o **mi página 1**  
llévatelo por sólo **\$45.**

Un porcentaje de las ventas  
de esta promoción será donado  
a la **Fundación Semillas de Esperanza.**



Hasta agotar existencias. Válido en todas nuestras sucursales. No aplica para compras en línea. No aplica para Librerías Gandhi en Palacio de Hierro. Limitado a 2 morrales por ticket de compra.

Síguenos en:

facebook



twitter

## EN CUCLILLAS, MIRANDO SUS OJOS

Dos enseñanzas de comunicación referidas por mis profesores fueron clave importante en este proyecto. En la preparatoria, mi profesor de literatura, René Juárez, me sugirió ver a los ojos del otro mientras se entabla un diálogo. Más tarde, en la universidad, Carlos García Benítez un día nos dijo en clase, que habría que aprender a ponernos a la altura del niño cuando queremos conversar con él, la posición más correcta es en cuclillas, aseveró.

Eso es *Nidus*, una posición en cuclillas con los ojos hacia el niño. No podemos estar desde arriba, con la mirada hacia abajo y esperar a que crezca para verlo a los ojos. Escucharlo, leerlo, verlo en sus dibujos y sus fotografías es un derecho no sólo del niño, sino de la sociedad en general, tenemos la necesidad de conocer su visión del mundo, de que participe en nuestra realidad.

Quizá en gran medida, el acto de omitir su expresión, tenga que ver con que los que comandan el mundo, los adultos, se hayan olvidado de lo que fueron capaces cuando eran niños. Si a un hombre que llega a un sitio determinado le diera amnesia repentina, al salir del lugar no sabría a dónde dirigirse, ni lo que iba a hacer antes del percance y desconfiaría de las sugerencias. De la misma forma, los adultos que olvidan lo que fueron nunca entenderán el camino que propone este proyecto.



¡Abrid pues lo ojos a la oferta de la óptica infantil, rica en inteligencia, capacidad de asombro y novedad!

## BIBLIOGRAFÍA

Bond Fraser, Frank, *Introducción al periodismo*, México, Limusa, 1983, 419 págs.

Sierra Macedo, María Julia, *Haciendo periodismo*, México, Porrúa, 1964, 286 págs.

Baena Paz, Guillermina, *Géneros periodísticos*, México, Pax, 1993, 212 págs.

Alvear Acevedo, Carlos, *Breve historia del periodismo*, México, Editorial Jus, 1982, 230 págs.

N Warren, Carl, *Géneros periodísticos informativos: Nueva enciclopedia de la noticia*, Barcelona, España, editorial A.T.E., 1975, 487 págs.

Artículo 13, *Convención de los derechos del niño*, emitido por la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, México, 2da. ed., 1992, 28 págs.

Corona, Sarah, *No sólo para envolver sirve el periódico*, México, Edit. Jus, 1989, 105 págs.

Montessori, María, *El niño, el secreto de la infancia*, Editorial Diana, 1982, México, 338 págs.

Huerta Moreno, Teófilo, *La prensa infantil en la formación del escolar*, México, Ed. Oasis, Nueva Biblioteca Pedagógica 55, 1985, 135 págs.

De la Guerra, María del Socorro y Manuel Aguilar, Víctor, *La prensa infantil en el Distrito Federal*, tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2000.

Sánchez, B, *Prensa infantil: análisis comunicativo del suplemento La Jornada Niños (julio-septiembre 1994)*, tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1996, 238 págs.

Raluy Poudevida, Antonio, *Diccionario Porrúa de la lengua Española*, México, D.F, edit. Porrúa, 1998, 847 págs.

Jeremy Leslie, *Nuevo diseño de revistas*, Barcelona, España, edit. Gustavo Gili, 2003, 175 págs.

VaughnCharnley, Mitchell, *Periodismo informativo*, Buenos Aires, edit. Troquel, 1971, 506 págs.

González Reyna, Susana, *Géneros periodísticos 1, periodismo de opinión y discurso*. Segunda edición, México, Trillas, 1999, 189 págs.

Leñero, Vicente y Marín, Carlos. *Manual de periodismo*. Decimotercera edición, México, D.F., Grijalbo, 1993. [Tratados y Manuales Grijalbo.

Baena Paz, Guillermina. *Instrumentos de investigación*. México, Editores Mexicanos Unidos, 1987, 212 págs.

Reyes Rojas, María Guadalupe. *Nuevas tecnologías en la industria editorial y de imprenta en México. Manual*, tesis de licenciatura en periodismo y comunicación colectiva, ENEP Aragón, 1996.

Curso-Taller Editorial, *Material didáctico*, México, Versal Producción Editorial, 13 de mayo de 1997.

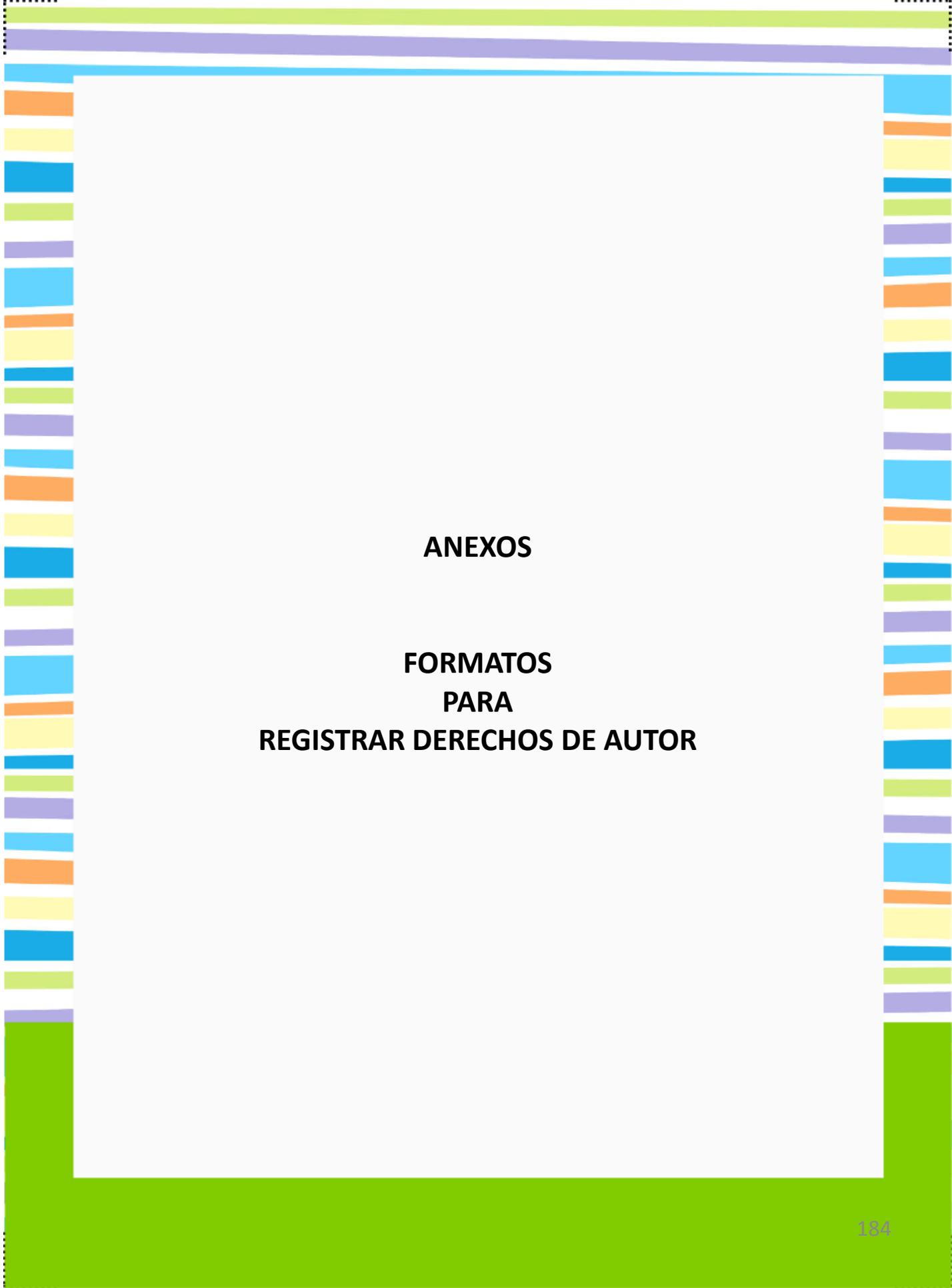
Martínez de Sousa, José, *Diccionario de tipografía y del libro*, Madrid, Editorial Paranito, 1995.

## HEMEROGRAFIA VIRTUAL

Rovirosa , Gabriel, *La prensa infantil ha crecido, suplementos para los nuevos lectores, Etcétera*, revista electrónica disponible en <http://www.etcetera.com.mx/pag60ne15>, enero del 2002, acceso 15 de diciembre del 2007.

Preciado, Vanessa, León, Gustavo y Fuentes, Hugo César, *Comunicación Educativa en la Prensa: Suplementos Infantiles en México*, Razón y Palabra, revista electrónica en América Latina especializada en comunicación disponible en [www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n36/prensa.html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n36/prensa.html), acceso 18 de noviembre del 2007.

Yanes Mesa, Rafael, *La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura*, Ámbitos número 9-10, Universidad de Sevilla, Sevilla España, 30-10-2002 <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/168/16801013.pdf> acceso 12 de noviembre del 2007



**ANEXOS**

**FORMATOS  
PARA  
REGISTRAR DERECHOS DE AUTOR**

Se adjunta:

**REQUISITOS NECESARIOS**

1. Ejemplar de las obras o producciones en formato:

Disco  CD  Ósmeta  Cassete  Otro

2. La tasa administrativa  Sí  No

**REQUISITOS DEL SOFTWARE**

1. Código fuente  Sí  No

2. Ejecutables o memoria descriptiva  Sí  No

3. Manual de usuario  Sí  No

**REQUISITOS DE SER EL CASO**

1. Poder  Sí  No

2. Autorizaciones o cesión de derechos  Sí  No

3. Manual de usuario de multimedia  Sí  No

Sello de recepción

## Solicitud de Registro de Autores, Editores y Productores

### 1. Solicitante

Declaro bajo juramento que todos los datos consignados en el presente formato corresponden a la verdad.

- ¿Es usted?  Autor / Co-Autor  
 Editor  
 Productor  
 Titular  
 Representante o apoderado de:

**Editor:** Es la persona que mediante contrato con el autor financia la publicación y difusión de la obra.

**Productor:** Es la persona que tiene la iniciativa, coordinación y financia la elaboración de la obra o producción.

**Titular:** Es la persona que, en virtud a la ley o a un acuerdo privado, ejerce derechos sobre la obra o producción.

( Representado o Poderdante )

■ Mis datos personales son:

Apellido Paterno  Apellido Materno  Nombres

Documento de Identidad  Domicilio - Vía ( Calle, Jirón, Avenida, etc ) / Número

Distrito  Provincia  Departamento  Teléfono

### 2. Datos de las obras o producciones

■ Señale el tipo de obras o producciones a registrar (marcar con "x")

- Obras literarias.  
 Programas de ordenador (software).  
 Obras audiovisuales, multimedia e imágenes en movimiento no consideradas obras (videogramas).  
 Fonogramas.  
 Otros

**Obra Literaria:** Es toda creación intelectual de carácter literario, científico, técnico o práctico expresada mediante un lenguaje determinado.

**Fonograma:** Es la grabación de una ejecución o de otros sonidos o de representaciones digitales de los mismos, realizados por primera vez, en forma exclusivamente sonora.

■ Las Obras o producciones a registrar son:

	Título de las obras o producciones	Autor (es)	Editor o Productor
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			
16.			
17.			
18.			
19.			
20.			
21.			
22.			

	Título de las obras o producciones	Autor (es)	Editor o Productor
23.			
24.			
25.			
26.			
27.			
28.			
29.			
30.			
31.			
32.			
33.			
34.			
35.			
36.			
37.			
38.			
39.			
40.			
41.			
42.			
43.			
44.			
45.			
46.			
47.			
48.			
49.			
50.			

Si usted necesita más espacio para los datos puede utilizar hojas adicionales

### 3. Autorización o cesión de derechos\* (marcar con "x" en caso de ser afirmativa su respuesta).

- a.  Declaro tener la autorización escrita de los autores cuyas obras fueron reproducidas en mis obras literarias presentadas para registro.
- b.  Declaro tener el contrato de edición o la autorización escrita de los autores para editar las obras presentadas para registro.
- c.  Declaro tener la autorización escrita de los autores (de la letra, música y arreglos), intérpretes y ejecutantes para la grabación de sus obras, interpretaciones y/o ejecuciones en los fonogramas presentados para registro.
- d.  Declaro tener la autorización escrita de los autores para la reproducción de sus obras musicales no creadas especialmente para las obras audiovisuales presentadas para registro, en las mismas.

[\*] En el caso de **Software y Obras Audiovisuales** se presume, salvo pacto en contrario, que los derechos patrimoniales de los autores han sido cedidos al productor en forma limitada y exclusiva. (artículos 66 y 71 del Decreto Legislativo 822).

### 4. Exhibición de obras o producciones

- Sí  No ¿Acepta Ud. que la obra sea exhibida en las exposiciones que la Dirección de Derecho de Autor organice?
- Sí  No ¿Acepta Ud. que el título de su obra con una breve sumilla del contenido sea publicado en el Boletín Electrónico de la Dirección de Derecho de Autor?
- Sí  No ¿Acepta Ud. la reproducción digital de su obra para su conservación en el Archivo del Registro Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos?



### Correspondencia

- Autorizo la entrega de las NOTIFICACIONES y el CERTIFICADO DE REGISTRO (Marcar una sola opción)

- Entrega personal (vía courier)
- Por correo electrónico
- Por Telefax

a la siguiente dirección:

Domicilio - Vía (Calle, Jirón, Avenida, etc.) / Número			Distrito
Provincia	Departamento	País	E-mail / Telefax

**NOTA:** Los documentos o materiales presentados con la solicitud **no** serán devueltos.

Firma del Solicitante

Se adjunta:  
**REQUISITOS NECESARIOS**

1. Ejemplar de la obra en formato:

<input type="checkbox"/>				
Papel	Cd	Diskette	Cassete	Otro

2. La tasa administrativa: Sí  No

**REQUISITOS DE SER EL CASO**

1. Poder: Sí  No

2. Autorizaciones o cesión de derechos: Sí  No

Sello de recepción

## Solicitud de **Registro** de **Obra Literaria**

### 1. Solicitante

Declaro bajo juramento que todos los datos consignados en el presente formato corresponden a la verdad.

- **¿Es usted?**  Autor / Co-Autor  
(Puede marcar más de 1 opción)  Editor  
 Titular  
 Representante o apoderado de: \_\_\_\_\_  
( Representado o Poderdante )

■ **Mis datos personales son:**

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres	
<input type="text"/>	<input type="text"/>		
Documento de Identidad	Domicilio - Vía ( Calle, Jirón, Avenida, etc.) / Número		
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Distrito	Provincia	Departamento	Teléfono

### 2. Datos de la Obra

El título es:

- **¿La Obra se publicó?**  Sí  No  
■ **¿La Obra es derivada?**  Sí (Inar 5.c.)  No

Completar esta información sólo si la obra fue publicada.

Lugar de publicación: \_\_\_\_\_  
Fecha de publicación: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_  
Número de edición: \_\_\_\_\_  
Número de ejemplares: \_\_\_\_\_

**Obra Derivada:** Es aquella basada en otra obra ya existente. Ejemplo: adaptación, arreglo, traducción, resumen u otra transformación de la obra original.

### 3. Datos del Autor o Autores

(marcar con "x")

- La obra se publicó en forma ANÓNIMA (sin señalar nombre de autor)  
 La obra se publicó bajo SEUDÓNIMO  
 Se puede identificar al autor o autores

Llenar esta información sólo cuando la obra fue publicada bajo SEUDÓNIMO

SEUDÓNIMO del Autor 1   
SEUDÓNIMO del Autor 2   
SEUDÓNIMO del Autor 3

#### Autores identificados

■ **Autor N° 1**

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Documento de Identidad	Fecha de Nacimiento	Fecha de Defunción (si fuera el caso)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	
País de Nacimiento	Domicilio - Vía ( Calle, Jirón, Avenida, etc.) / Número	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Distrito	Provincia	Departamento

**■ Autor N° 2**

Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres	
Documento de Identidad	Fecha de Nacimiento	Fecha de Defunción (si fuera el caso)	
País de Nacimiento		Domicilio - Vía ( Calle, Jirón, Avenida, etc.) / Número	
Distrito	Provincia	Departamento	

**■ Autor N° 3**

Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres	
Documento de Identidad	Fecha de Nacimiento	Fecha de Defunción (si fuera el caso)	
País de Nacimiento		Domicilio - Vía ( Calle, Jirón, Avenida, etc.) / Número	
Distrito	Provincia	Departamento	

Si usted necesita más espacio puede utilizar hojas adicionales.

**4. Datos del Editor**

**El editor:** es la persona natural o jurídica que mediante contrato con el autor financia la publicación y difusión de la obra.

Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres/Razón Social	
Documento de Identidad	Domicilio - Vía ( Calle, Jirón, Avenida, etc.) / Número		
Distrito	Provincia	Departamento	Teléfono

**5. Autorización o Cesión de Derechos** (marcar con "x" en caso de ser afirmativa su respuesta)

- a.-  Declaro tener el contrato de edición o la autorización escrita del autor ( o autores ) para **editar** la obra.  
 b.-  Declaro poseer el documento de **Cesión de Derechos** de la obra otorgada por el autor a mi favor.

**En caso de Obra Derivada**

- c.-  Declaro poseer la autorización escrita del autor de la obra originaria titulada ..... para modificar esta obra.

**6. Exhibición de la Obra**

- Si  No  ¿Acepta Ud. que la obra sea exhibida en las exposiciones que la Dirección de Derecho de Autor organice?  
 Si  No  ¿Acepta Ud. que el título de su obra con una breve sumilla del contenido sea publicado en el Boletín Electrónico de la Dirección de Derecho de Autor?  
 Si  No  ¿Acepta Ud. la reproducción digital de su obra para su conservación en el Archivo del Registro Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos?

 **Correspondencia**

- Autorizo la entrega de las NOTIFICACIONES y el CERTIFICADO DE REGISTRO (Marcar una sola opción)

a la siguiente dirección:

- Entrega personal (vía courier)  
 Por correo electrónico  
 Por Telefax

Domicilio - Vía ( Calle, Jirón, Avenida, etc.) / Número		Distrito	
Provincia	Departamento	País	E-mail / Telefax

**NOTA:** Los documentos o materiales presentados con la solicitud **no** serán devueltos.

Firma del Solicitante



SECRETARÍA

DE

EDUCACIÓN PÚBLICA



Instituto Nacional del Derecho de Autor

### DIRECCION DE RESERVAS DE DERECHOS

CEDULA DE INTEGRACION  
SOLICITUD ISSN  
SOLICITUD DE DIGITO IDENTIFICADOR DEL ISSN

No. de Trámite
ISSN-01-A

DEBERÁ LLENAR A MÁQUINA O CON LETRA DE MOLDE LEGIBLE, SIN TACHADURAS O ENMENDATURAS



### DATOS DEL SOLICITANTE

1	Nombre Denominación o Razón Social	Nombre	Apellido Paterno		Apellido Materno
	Nacionalidad	Correo electrónico*			
Domicilio en México	Calle	Número	Colonia	Delegación o Municipio	Entidad Federativa
	C.P.	Teléfono(s)*		Fax*	R.F.C.

### DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL

2	Nombre	Nombre	Apellido Paterno		Apellido Materno
	Nacionalidad	Correo electrónico*			
Domicilio en México	Calle	Número	Colonia	Delegación o Municipio	Entidad Federativa
	C.P.	Teléfono(s)*		Fax*	R.F.C.

SE RECOMIENDA EL LLENADO PARA ESTADÍSTICAS REGIONALES.

### INFORMACIÓN SOBRE LA ACTIVIDAD EDITORIAL QUE DESEMPEÑA

3	Línea Editorial	Naturaleza Jurídica de la Empresa	Pública <input type="checkbox"/>	Privada <input type="checkbox"/>	Número del Área Temática
	Tiene sucursales	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Indicar el lugar	Consulte tabla

### INFORMACIÓN ESTADÍSTICA, SOBRE SU PRODUCCIÓN

4	PRODUCCION			
	Desde su Fundación	Durante el año Anterior	Hace dos años	
	Hace tres años	Annual estimada para este año	Annual estimada para el próximo año	
Fecha en que inicio actividad	Indique si tiene considerada alguna fecha para concluir con la actividad			

\* Opcional

# SEÑALE CON UNA X LOS DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN:

- CUANDO SE TRATE DE PERSONAS MORALES, DOCUMENTO QUE ACREDITE SU LEGAL EXISTENCIA.
- DOCUMENTO QUE ACREDITE LA PERSONALIDAD DEL REPRESENTANTE LEGAL O, EL NUMERO DE INSCRIPCIÓN DEL PODER EN EL REGISTRO PÚBLICO DEL DERECHO DE AUTOR. NUMERO DE INSCRIPCIÓN: \_\_\_\_\_
- TRADUCCIÓN AL ESPAÑOL DE LOS DOCUMENTOS QUE SE PRESENTEN EN UN IDIOMA DISTINTO.

Bajo protesta de decir verdad y apercibido de las penas que incurre quien declara con falsedad, manifiesto que son ciertos los datos anotados en esta solicitud y que no omito información alguna al respecto.

Lugar: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Día Mes Año

Nombre y Firma del Solicitante o Representante Legal

Fecha de aprobación de la forma por parte de la Subsecretaría de Planeación y Coordinación de la SEP: 12 de junio de 2001.

Fecha de aprobación de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 12 de junio de 2001.

Teléfonos para información y asesoría INDAUTOR: 52 30 76 40, 52 30 76 46 en el D.F. y área metropolitana, y en el interior de la República sin costo para el usuario 01 800 90 634 00. Teléfonos para información y asesoría TELSEP: 57 23 66 88, en el D.F. y área metropolitana, y en el interior de la República sin costo para el usuario 01 800 723 66 88.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía – SACTEL a los teléfonos 54 80 20 00 en el Distrito Federal y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01 800 00 148 00, o des de Estados Unidos y Canadá al 1 888 594 33 72.

## ATENTO AVISO

CON FUNDAMENTO EN EL ART. 88 DEL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR, ADMITIDA LA SOLICITUD, EL INTERESADO CONTARA CON UN TERMINO DE 5 DIAS HABILIS PARA SOLICITAR LA ENTREGA DE LA RESOLUCIÓN CORRESPONDIENTE.

ISSN-01-A

### INSTRUCTIVO DE LLENADO

1. Todos los numerales deberán llenarse completamente sin omitir ningún requisito ya que esto puede originar un requerimiento de esta autoridad, retrasando con ello el trámite. (Los requisitos marcados con asterisco son opcionales)
2. Los datos del representante legal deben corresponder a los datos contenidos en el poder notarial. Cualquier discrepancia puede originar un requerimiento de esta autoridad, retrasando con ello el trámite.
3. Para el llenado del numeral 3 debe consultar la tabla de materias y la de sociedades mercantiles, insertas en este formato. NOTA: Para tal efecto la tabla de materias corresponde al recuadro de línea editorial y la tabla de sociedades mercantiles al recuadro de naturaleza jurídica de la empresa, específicamente al número de referencia.
4. En caso de presentar el original los documentos que acrediten tanto la legal existencia de las personas morales, como el poder otorgado al Representante legal, si no es posible que éstos se queden en el expediente, deberá pagar por el cotejo de dichos documentos, la cantidad designada por la Ley Federal de Derechos.

NOTA: En caso de no ser el representante legal quien va a recoger el trámite, anexar carta poder para autorizar a los gestores.

### TABLA DE MATERIAS

000 OBRAS GENERALES	500 CIENCIAS PURAS
001.5 INFORMATICA	510 MATEMATICAS
002 LIBRO EDICION	520 ASTRONOMIA
010 BIBLIOGRAFIAS CATALOGOS	530 FISICA
020 BIBLIOTECOLOGIA	540 QUIMICA
028 PROMOCION DE LA LECTURA	550 GEOLOGIA
030 ENCICLOPEDIAS, DICCIONARIOS	560 PALEONTOLOGIA
070 PERIODISMO	570 CIENCIAS BIOLÓGICAS
	580 BOTANICA
100 FILOSOFÍA	590 ZOOLOGIA
	600 TECNOLOGIA
130 ASTROLOGIA, QUIROMANCIA	610 CIENCIAS MEDICAS
150 PSICOLOGIA	620 INGENIERIA
154 PSICOANALISIS	630 AGRICULTURA, GANADERIA
	640 ECONOMIA DOMESTICA
200 RELIGION	650 ADMINISTRACION DE EMPRESAS
	660 QUIMICA INDUSTRIAL
300 CIENCIAS SOCIALES	664 TECNOLOGIA DE ALIMENTOS
	670 MANUFACTURAS
301 SOCIOLOGIA	686 ARTES GRAFICAS
310 DEMOGRAFIA ESTADISTICA	690 CONTRUCCION
320 CIENCIAS POLITICAS	
330 ECONOMIA	700 ARTES, RECREACION
340 DERECHO	
360 SERVICIO SOCIAL	790 ENTRETENIMIENTOS Y ESPECTACULOS
370 EDUCACION	796 DEPORTES
372 EDUCACION PRIMARIA	
373 EDUCACION MEDIA	800 LITERATURA
374 EDUCACION ADULTOS	
378 EDUCACION SUPERIOR	801 TEORIA LITERARIA
380 COMERCIO, TRANSPORTE, COMUNICACIONES	808, 068 LITERATURA INFANTIL
390 FOLKLORE, COSTUMBRES	860 LITERATURA LATINOAMERICANA
400 LENGUAS	900 HISTORIA Y GEOGRAFIA
410 LINGUISTICA	
420 INGLES	920 BIOGRAFIAS
440 FRANCES	972 HISTORIA DE MEXICO

### NATURALEZA JURÍDICA DEL SOLICITANTE

A. EMPRESA PÚBLICA:	B. EMPRESAS PRIVADAS:
1. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA	1. SOCIEDAD DE NOMBRE COLECTIVO
2. SECRETARIA DE ESTADO	2. SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE
3. GOBIERNO DEL D.F.	3. SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES
4. PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPUBLICA	4. SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
5. PROCURADURÍA GENERAL DE JUSTICIA	5. SOCIEDAD ANÓNIMA
6. PODER LEGISLATIVO	6. SOCIEDAD COOPERATIVA
7. CÁMARA DE DIPUTADOS	7. SOCIEDAD DE CAPITAL VARIABLE
8. CÁMARA DE SENADORES	8. SOCIEDAD CIVIL
9. PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN	9. SOCIEDAD EXTRANJERA
10. ORGANISMO DESCENTRALIZADO	10. ASOCIACIÓN DE PARTICIPACIÓN
11. EMPRESA DE PARTICIPACIÓN	11. ASOCIACIÓN CIVIL
12. FIDEICOMISO PÚBLICO	12. FIDEICOMISO
13. GOBIERNOS ESTATALES	13. PERSONA FÍSICA
NOTA: CONSULTAR A LA DIRECCIÓN DE RESERVAS DEL INDAUTOR PARA INFORMACIÓN SOBRE LA CLAVE DE LA ENTIDAD ESTATAL	14. INSTITUTO DE ENSEÑANZA SUPERIOR
45. UNIVERSIDADES	15. ASOCIACIÓN RELIGIOSA
46. INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA SUPERIOR	16. INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN
47. INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN ESCUELAS TÉCNICAS	17. SIN DESCRIPCIÓN
48. SIN ADSCRIPCIÓN	18. PERSONA FÍSICA CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES
49. ORGANISMOS INTERNACIONALES	
50. COMISIÓN INTERSECRETARIAL	
51.	

ESTE LISTADO ES ENUNCIATIVO, PARA MAS MATERIAS CONSULTAR A LA DIRECCIÓN DE RESERVAS AL TELEFONO 5230-7500 EXT. 21126 O ACUDIR A VENTANILLAS EN LA P.B. DEL INDAUTOR.



## DIRECCION DE RESERVAS DE DERECHOS

### SOLICITUD DE ISSN

No. de Trámite

ISSN-01

DEBERÁ LLENAR A MÁQUINA O CON LETRA DE MOLDE  
LEGIBLE, SIN TACHADURAS O ENMENDATURAS



1	Título de la Publicación Periódica	
	Número de la Reserva Relacionada	
	¿Periodicidad de la Publicación?	

### DATOS DEL SOLICITANTE

2	Nombre Denominación o Razón Social	Nombre	Apellido Paterno	Apellido Materno	
	Nacionalidad	Correo electrónico*			
Domicilio en México	Calle	Número	Colonia	Delegación o Municipio	Entidad Federativa
	C.P.	Teléfono(s)*	Fax*	R.F.C.	

### DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL

3	Nombre	Nombre	Apellido Paterno	Apellido Materno	
	Nacionalidad	Correo electrónico*			
Domicilio en México	Calle	Número	Colonia	Delegación o Municipio	Entidad Federativa
	C.P.	Teléfono(s)*	Fax*	R.F.C.	

### INFORMACIÓN ESTADÍSTICA ADICIONAL \*

4	Lugar de Edición	No. de Reimpresión	Año de Inicio de la Publicación				
	No. de Páginas	Tamaño en cms.	¿Existe Coedición?		Tiraje		
			SI	NO	Nal. _____	Int. _____	
	Tipo de Publicación:	Revista <input type="checkbox"/>	Boletín <input type="checkbox"/>	Anuario <input type="checkbox"/>	Periódico o diario <input type="checkbox"/>	Gaceta <input type="checkbox"/>	Serie <input type="checkbox"/>
Otras:							

\* Opcional

INDAUTOR-00-016

## PARA USO EXCLUSIVO DEL CETRO NACIONAL ISSN

4 Clasificación Decimal DEWEY:

Número de CODEN:

(INDEX) Índices y/o Servicios de Resúmenes (ABSTRACT):

### SEÑALE CON UNA X LOS DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN:

- CUANDO SE TRATE DE PERSONAS MORALES, DOCUMENTO QUE ACREDITE SU LEGAL EXISTENCIA.
- DOCUMENTO QUE ACREDITE LA PERSONALIDAD DEL REPRESENTANTE LEGAL O, EL NUMERO DE INSCRIPCIÓN DEL PODER EN EL REGISTRO PUBLICO DEL DERECHO DE AUTOR.  
NUMERO DE INSCRIPCIÓN: \_\_\_\_\_
- TRADUCCIÓN AL ESPAÑOL DE LOS DOCUMENTOS QUE SE PRESENTEN EN UN IDIOMA DISTINTO.
- UN EJEMPLAR ORIGINAL DE LA PUBLICACIÓN A LA CUAL SE LE ASIGNARA EL ISSN, (EN CASO DE QUE AUN NO SE PUBLIQUE PODRA PRESENTARLA EN UN PLAZO MÁXIMO DE 6 MESES).

Bajo protesta de decir verdad y apercibido de las penas que incurre quien declara con falsedad, manifiesto que son ciertos los datos anotados en esta solicitud y que no omito información alguna al respecto.

Lugar:

Fecha:

Día

Mes

Año

Nombre y Firma del Solicitante o Representante Legal

\* NOTA: ES OPCIONAL QUE PROPORCIONE LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA ADICIONAL QUE SE DESCRIBE EN ESTE FORMATO, SU USO ES EXCLUSIVAMENTE CON FINES ESTADÍSTICOS, E INTEGRACIÓN DE EXPEDIENTES.

Fecha de aprobación de la forma por parte de la Subsecretaría de Planeación y Coordinación de la SEP: 12 de junio de 2001.

Fecha de aprobación de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 12 de junio de 2001.

Teléfonos para información y asesoría INDAUTOR: 52 30 76 40, 52 30 76 46 en el D.F. y área metropolitana, y en el interior de la República sin costo para el usuario 01 800 90 634 00.

Teléfonos para información y asesoría TELSEP: 57 23 66 88, en el D.F. y área metropolitana, y en el interior de la República sin costo para el usuario 01 800 723 66 88.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía – SACTEL a los teléfonos 54 80 20 00 en el Distrito Federal y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01 800 00 148 00, o desde Estados Unidos y Canadá al 1 888 594 33 72.

#### ATENTO AVISO

CON FUNDAMENTO EN EL ART. 88 DEL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR, ADMITIDA LA SOLICITUD, EL INTERESADO CONTARA CON UN TERMINO DE 5 DIAS HABILDES PARA SOLICITAR LA ENTREGA DE LA RESOLUCIÓN CORRESPONDIENTE.

ISSN-01

#### INSTRUCTIVO DE LLENADO DE SOLICITUD

1. Todos los numerales deberán llenarse completamente sin omitir ningún requisito ya que esto puede originar un requerimiento de esta autoridad, retrasando con ello el trámite. (Los requisitos marcados con asterisco son opcionales).
2. El segundo requisito del numeral 1 se refiere al número contenido en el certificado de reserva de derechos que el Instituto otorga a las publicaciones periódicas, dato sin el cual no podrá ser proporcionado el ISSN.
3. Los datos del representante legal deben corresponder a los datos contenidos en el poder notarial. Cualquier discrepancia puede originar un requerimiento de esta autoridad, retrasando con ello el trámite.
4. En caso de presentar en original los documentos que acrediten tanto la legal existencia de las personas morales, como el poder otorgado al Representante legal, si no es posible que éstos se queden en el expediente, deberá pagar por el cotejo de dichos documentos, la cantidad designada por la Ley Federal de Derechos.

NOTA: En caso de no ser el representante legal quien va a recoger el trámite, anexo carta poder para autorizar a los gestores.



SECRETARÍA

DE

EDUCACIÓN PÚBLICA

### DIRECCION DE RESERVAS DE DERECHOS

#### FICHA CATALOGRAFICA ISSN

No. de Trámite

ISSN-02

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



1	No. de ISSN relacionado					
	Tipo de publicación					
	Titulo de la publicación					
	Periodicidad de la publicación					
2	Lugar de Edición	No. de Publicación	Fecha de Edición			
	SE RECOMIENDA EL LLENADO PARA ESTADÍSTICAS REGIONALES.					
3	No. de Páginas*	No. de Volumen*	PRESENTACIÓN DE LA PUBLICACIÓN*			
	No. de Reimpresiones*	No. Total de Volúmenes*	Rústica <input type="checkbox"/>	Disco Flexible <input type="checkbox"/>	Cassette <input type="checkbox"/>	CD <input type="checkbox"/>
		Tela <input type="checkbox"/>		Sintética <input type="checkbox"/>	Papel <input type="checkbox"/>	Piel <input type="checkbox"/>
4	Tiraje para Distribución		Tamaño en cms.	Tipo de Impresión	Gramaje	Tipo de Papel
	Nal.	<input type="text"/>				
	Int.	<input type="text"/>				
¿Existe Coedición?		Año de Inicio de la Publicación		Materia de la Publicación (consulte tabla)		
Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		d / m / a				
5	Nombre    Apellido Paterno    Apellido Materno    o    Denominación    o    Razón Social					
	Editor					
	Coeditor					
	Autor					
	Compilador					
	Traductor					
	Ilustrador					
	Recopilador					
	Director					
Otros colaboradores						

\* Opcional

## SEÑALE CON UNA X LOS DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN:

- CUANDO SE TRATE DE PERSONAS MORALES, DOCUMENTO QUE ACREDITE SU LEGAL EXISTENCIA.
- DOCUMENTO QUE ACREDITE LA PERSONALIDAD DEL REPRESENTANTE LEGAL O, EL NUMERO DE INSCRIPCIÓN DEL PODER EN EL REGISTRO PÚBLICO DEL DERECHO DE AUTOR.  
 NUMERO DE INSCRIPCIÓN: \_\_\_\_\_
- UN EJEMPLAR DE LA PUBLICACIÓN A LA CUAL SE LE ASIGNO EL NUMERO ISSN, DONDE SE ENCUENTRE IMPRESO EL MISMO.
- TRADUCCIÓN AL ESPAÑOL DE LOS DOCUMENTOS QUE SE PRESENTEN EN UN IDIOMA DISTINTO.

Bajo protesta de decir verdad y apercibido de las penas que incurre quien declara con falsedad, manifiesto que son ciertos los datos anotados en esta solicitud y que no omito información alguna al respecto.

Lugar: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Día

Mes

Año

Nombre y Firma del Solicitante o Representante Legal

Fecha de aprobación de la forma por parte de la Subsecretaría de Planeación y Coordinación de la SEP: 03 de Febrero de 2003.

Fecha de aprobación de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 03 de Febrero de 2003.

Teléfonos para información y asesoría INDAUTOR: 52 30 76 40, 52 30 76 46 en el D.F. y área metropolitana, y en el interior de la República sin costo para el usuario 01 800 90 634 00.

Teléfonos para información y asesoría TELSEP: 57 23 66 88, en el D.F. y área metropolitana, y en el interior de la República sin costo para el usuario 01 800 723 66 88.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía – SACTEL a los teléfonos 54 80 20 00 en el Distrito Federal y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01 800 00 148 00, o desde Estados Unidos y Canadá al 1 888 594 33 72.

### ATENTO AVISO

CON FUNDAMENTO EN EL ART. 88 DEL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR, ADMITIDA LA SOLICITUD, EL INTERESADO CONTARA CON UN TERMINO DE 5 DIAS HABILIS PARA SOLICITAR LA ENTREGA DE LA RESOLUCIÓN CORRESPONDIENTE.

ISSN-02

#### INSTRUCTIVO DE LLENADO

1. Todos los numerales deberán llenarse completamente sin omitir ningún requisito ya que esto puede originar un requerimiento de esta autoridad, retrasando con ello el trámite.  
(Los requisitos marcados con asterisco son opcionales).
2. En relación con el primer requisito del numeral 1, el número ISSN relacionado corresponda al número otorgado a la publicación, esto es, el número que se pretende comprobar.
3. Los requisitos del numeral tres son opcionales pero se recomienda su llenado para estadísticas regionales.
4. Para el llenado del primer punto del numeral cuatro debe especificarse en cantidad numérica el tiraje de distribución, esto quiere decir el número de ejemplares que se lanzaron a la venta.
5. Para el llenado del numeral cinco no se debe confundir la figura del editor con la figura del autor, editor es la persona que reproduce, distribuye y vende la publicación.

#### TABLA DE MATERIAS

000 OBRAS GENERALES	500 CIENCIAS PURAS
001.5 INFORMÁTICA	510 MATEMÁTICAS
002 LIBRO EDICIÓN	520 ASTRONOMÍA
010 BIBLIOGRAFIAS CATALOGOS	530 FÍSICA
020 BIBLIOTECOLOGÍA	540 QUÍMICA
028 PROMOCIÓN DE LA LECTURA	550 GEOLOGÍA
030 ENCICLOPEDIAS, DICCIONARIOS	560 PALEONTOLOGÍA
070 PERIODISMO	570 CIENCIAS BIOLÓGICAS
100 FILOSOFÍA	580 BOTÁNICA
	590 ZOOLOGÍA
130 ASTROLOGÍA, QUIROMANCIA	600 TECNOLOGÍA
150 PSICOLOGÍA	610 CIENCIAS MÉDICAS
154 PSICOANÁLISIS	620 INGENIERÍA
200 RELIGIÓN	630 AGRICULTURA, GANADERÍA
300 CIENCIAS SOCIALES	640 ECONOMÍA DOMÉSTICA
	650 ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
301 SOCIOLOGÍA	660 QUÍMICA INDUSTRIAL
310 DEMOGRAFÍA ESTADÍSTICA	670 TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS
320 CIENCIAS POLÍTICAS	680 MANUFACTURAS
330 ECONOMÍA	686 ARTES GRÁFICAS
340 DERECHO	690 CONSTRUCCIÓN
360 SERVICIO SOCIAL	700 ARTES, RECREACIÓN
370 EDUCACIÓN	790 ENTRETENIMIENTOS Y
372 EDUCACIÓN PRIMARIA	ESPECTÁCULOS
373 EDUCACIÓN MEDIA	796 DEPORTES
374 EDUCACIÓN ADULTOS	
378 EDUCACIÓN SUPERIOR	800 LITERATURA
380 COMERCIO, TRANSPORTE,	
COMUNICACIONES	801 TEORÍA LITERARIA
390 FOLKLORE, COSTUMBRES	806, 068 LITERATURA INFANTIL
	860 LITERATURA LATINOAMERICANA
400 LENGUAS	
410 LINGÜÍSTICA	900 HISTORIA Y GEOGRAFÍA
420 INGLÉS	
440 FRANCÉS	920 BIOGRAFIAS
	972 HISTORIA DE MÉXICO

ESTE LISTADO ES ENUNCIATIVO, PARA MÁS MATERIAS CONSULTAR A LA DIRECCIÓN DE RESERVAS AL TELÉFONO 5230-7500 EXT. 21126 O ACUDIR A VENTANILLAS EN LA P.B. DEL INDAUTOR.



# REGISTRO PUBLICO DEL DERECHO DE AUTOR

## SOLICITUD DE REGISTRO DE OBRA

FOLIO 0001

RFDA-01

DEBERA LLEVAR A MADURA CON LETRA DE MOLDE LEGIBLE, SIN TACHADURAS O ENMIENDAS

DATOS DEL AUTOR		COAUTOR		SEUDONIMO	
Nombre: <input type="text"/>					
Fecha de nacimiento:		Lugar de nacimiento:			
Nacionalidad:		% y tipo de Participación:		%	
R.F.C.:		Correo electrónico: *			
Teléfono: *		Fax: *			
Domicilio Particular:					
No. Exterior:		No. Interior:		Colonia:	
Delegación / Municipio:				C.P.:	
País:		Entidad Federativa:			

EN CASO DE SER MAS DE UN AUTOR SOLICITAR LA HOJA ADJUNTA RFDA-01-A1

¿El Titular es el mismo Autor? Si  Omite los datos del Titular de la obra

DATOS GENERALES DEL TITULAR DE LA OBRA					
Nombre: <input type="text"/>					
Fecha de nacimiento:		Lugar de nacimiento:			
Nacionalidad:		% y tipo de Participación:		%	
R.F.C.:		Correo electrónico: *			
Teléfono: *		Fax: *			
Domicilio Particular:					
No. Exterior:		No. Interior:		Colonia:	
Delegación / Municipio:				C.P.:	
País:		Entidad Federativa:			

REPRESENTANTE LEGAL					
Nombre: <input type="text"/>					
Persona para recibir notificaciones (gestor): <input type="text"/>					
¿A Quien Representa?: <input type="text"/>					
Teléfono: *		Fax: *		R.F.C.:	
Correo electrónico: *					
Domicilio Legal:					
País:		Delegación / Municipio:		No. Exterior: No. Interior:	
C.P.:		País:		Entidad Federativa:	

\*Opcional

INDAUTOR-02-001

### DATOS DE LA OBRA

<b>Título:</b>						
<b>Síntesis:</b>						
4	<b>RAMA:</b> (Señale solo una opción, salvo en el caso de compilaciones)					
	<input type="checkbox"/> Libros	<input type="checkbox"/> Censos	<input type="checkbox"/> Documentos electrónicos	<input type="checkbox"/> Criminológicos	<input type="checkbox"/> Prog. de cómputo	
	<input type="checkbox"/> Manual con obra	<input type="checkbox"/> Enciclopedia	<input type="checkbox"/> Cartografía	<input type="checkbox"/> Antropológicos	<input type="checkbox"/> Fotográfica	
	<input type="checkbox"/> Manual sin obra	<input type="checkbox"/> Obra	<input type="checkbox"/> Historia	<input type="checkbox"/> Prog. de texto	<input type="checkbox"/> Arte aplicado	
	<input type="checkbox"/> Dramática	<input type="checkbox"/> Escultórica	<input type="checkbox"/> Arquitectónica	<input type="checkbox"/> Prog. de imágenes	<input type="checkbox"/> Base de datos	
¿Se ha dado a conocer?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	Fecha:	____/____/____	Es Primigenia: <input checked="" type="checkbox"/>	Es Derivada: <input type="checkbox"/>

### EN CASO DE SER DERIVADA SEÑALE DE QUÉ TIPO Y LOS DATOS DE LA OBRA PRIMIGENIA

5	<b>TIPO:</b> (Señale solo una opción)				
	<input type="checkbox"/> Apéndice	<input type="checkbox"/> Anexo	<input type="checkbox"/> Adaptación	<input type="checkbox"/> Compilación	<input type="checkbox"/> Colección
	<input type="checkbox"/> Traducción	<input type="checkbox"/> Compensación	<input type="checkbox"/> Paratextos	<input type="checkbox"/> Transformación	
<b>Título:</b>					
<b>Autor:</b>					

(EN CASO DE SER UNA OBRA PRIMIGENIA SOLICITAR LA FORMA INDICADA)

### SEÑALE CON UNA X LOS DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN:

- DOCUMENTO QUE ACREDITE LA EXISTENCIA DE LA PERSONA MORAL.  
Especifique: \_\_\_\_\_ número: \_\_\_\_\_ fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_
- DOCUMENTO QUE ACREDITE LA PERSONALIDAD DEL REPRESENTANTE LEGAL.  
Especifique: \_\_\_\_\_ número: \_\_\_\_\_ fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_
- IDENTIFICACION OFICIAL DEL MANDANTE, MANDATARIO Y TESTIGOS (SOLO EN CASO DE QUE SE PRESENTE CARTA PODER).
- COMPROBANTE DE PAGO DE DERECHOS.
- TRADUCCIÓN AL ESPAÑOL DE LOS DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN EN IDIOMA DISTINTO.
- DOS EJEMPLARES DE LA OBRA (ORIGINALES).
- DOCUMENTO MEDIANTE EL CUAL SE ACREDITE LA TITULARIDAD DE LOS DERECHOS PATRIMONIALES SOBRE LA OBRA (ORIGINAL). Especifique: \_\_\_\_\_ fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_
- SOBRES CERRADOS CON LOS DATOS DE IDENTIFICACION DEL AUTOR (SOLO EN CASO DE SER UNA OBRA ESCRITA BAJO SEUDONIMO).

Bajo protesta de decir verdad y apercibido de las penas que impone la ley, declaro con verdad, certeza y conciencia que son ciertos los datos anotados en esta solicitud y que no omito información alguna al respecto.

<b>Dejar:</b>				
<b>Fecha:</b>	____/____/____	<b>Nombre y Firma del Solicitante o Representante Legal</b>		

Con fundamento en el artículo 62 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor, hecha la inscripción, el interesado contará con un término de 30 días para reclamar la entrega del certificado correspondiente, a partir de este término deberá solicitar su entrega correspondiente.

Teléfonos para información y asesoría (Teléfono): 5637 5326 en el D.F. y línea metropolitana, y central telefónica de la República sin costo para el usuario: 01 800 205 66 95.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite puede llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía -SACTEL- a los teléfonos 01 800 30 30 30 en el Distrito Federal y línea metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01 800 188 24 00, o al correo electrónico Ciudadania y Comercio al 1 800 475 23 65.