



# **UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO A.C.**



---

---

ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

**“ELABORACIÓN DE UNA REVISTA PARA LA UNIVERSIDAD VERACRUZANA QUE DIFUNDA LAS ACTIVIDADES CULTURALES Y DEPORTIVAS DE LA INSTITUCIÓN, ASÍ COMO LAS INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS DESARROLLADAS POR PROFESORES Y ALUMNOS DE LOS CAMPUS MINATITLÁN Y COATZACOALCOS.”**

**TESIS PROFESIONAL**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.**

PRESENTA:

**RICARDO TREJO VELÁZQUEZ.**

ASESOR DE TESIS:

**LIC. OSCAR RICARDO CASTILLO BRIBIESCA.**

**Coatzacoalcos, Veracruz**

**Septiembre 2013.**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



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

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

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

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

## Índice

Introducción .....	i
Capítulo 1.- La revista y sus antecedentes .....	i
1.1 Los primeros pasos .....	3
1.2 El alfabeto .....	5
1.3 El papel y sus antecedentes .....	7
1.4 Los primeros libros .....	9
1.5 Inicios de la imprenta .....	10
1.6 Nace el periodismo .....	11
1.7 Surgen las revistas .....	12
1.8 Definición y tipos de revistas.....	17
1.9 Partes de la revista.....	22
1.10 La empresa periodística .....	23
1.11 Algunos organigramas exitosos .....	26
Capítulo 2.- Periodismo y sus géneros .....	3
2.1 Periodismo .....	27
2.2 Las fuentes .....	29
2.3 Géneros periodísticos .....	31
2.3.1 Géneros informativos .....	33
2.3.2 Géneros opinativos .....	41
2.3.3 Géneros híbridos .....	42
2.4 Géneros periodísticos complementarios.....	43
2.4.1 Nota complementaria.....	43
2.4.2 Foto noticia .....	44
2.4.3 La cuña.....	45
2.4.4 Despiece .....	45
2.4.5 Infografía .....	46
2.5 Periodismo especializado.....	46
2.5.1 Periodismo informativo .....	47
2.5.2 Periodismo policiaco .....	47

2.5.3 Periodismo social.....	48
2.5.4 Periodismo deportivo .....	48
2.5.5 Periodismo político .....	49
2.5.6 Periodismo cultural.....	49
2.5.7 Periodismo de investigación .....	49
2.5.8 Periodismo económico .....	50
2.5.9 Periodismo literario.....	50
2.5.10 Periodismo científico.....	51
Capítulo 3.- Imagen de la revista .....	27
3.1 El poder de la información.....	52
3.2 Comenzando a diseñar.....	53
3.3 El valor de las letras .....	55
3.3.1 Conocimiento de la fuente .....	56
3.3.2 El encabezado .....	57
3.4 Las imágenes .....	59
3.5 El color.....	60
3.5.1 Llamar la atención .....	61
3.5.2 Producir efectos psicológicos .....	64
3.5.3 Desarrollar asociaciones .....	66
3.5.4 Retener la atención .....	66
3.5.5 Crear una atmósfera placentera .....	67
3.5.6 Consejos prácticos .....	68
Capítulo 4.- Creación de la revista ‘Universitario’ para la Universidad Veracruzana .....	52
4.1 Justificación de su creación .....	69
4.2 Slogan, contenidos y secciones .....	70
4.2.1 Portada.....	70
4.2.2 Carta del vicerrector.....	71
4.2.3 Periódico mural .....	71
4.2.4 Ventana a la ciencia.....	72

4.2.5 Actualidad UV.....	73
4.2.6 Tiempo cultural.....	73
4.2.7 Acción deportiva .....	74
4.2.8 Voz universitaria .....	74
4.2.9 Sátira animada.....	75
4.2.10 Programa, tipografías y colores seleccionados.....	75
4.3 Diseño piloto.....	78
4.4 Presupuesto.....	84
Conclusión.....	86
Bibliografía.....	87

## Introducción

Los medios impresos y el periodismo han evolucionado desde su aparición, pasando por etapas en las que su estructura era austera y poco informativa, hasta los periódicos y revistas de hoy que se apoyan en las tecnologías para darle poder gráfico a la información.

Sin duda, desde la prehistoria el hombre intentó plasmar de alguna manera lo que sucedía en su entorno, ya que siempre existió esa necesidad intrínseca de comunicar e informar.

La historia de los medios impresos es muy extensa y se remonta a las primeras pinturas rupestres, pasando por los pictogramas, ideogramas, jeroglíficos, la escritura cuneiforme, el alfabeto, la invención del papel y por su puesto la imprenta de Gutenberg, misma que permitió el nacimiento del periodismo como tal.

Dentro de esta investigación se explica cómo fueron evolucionando los medios de comunicación y cómo fue tomando forma el periodismo, pasando de ser simples textos saturados de palabras, hasta llegar a tener una estructura veraz que busca informar en el menor tiempo posible.

De igual manera, se exponen estrategias para crear la imagen de una revista, con la finalidad de futuros proyectos en la zona, tomando en cuenta que es un campo que no se ha explorado a fondo.

Por último, se desarrolla el proyecto que pretende difundir las investigaciones científicas de profesores y alumnos de la Universidad Veracruzana, así como los eventos culturales y actividades deportivas de los campus Coatzacoalcos y Minatitlán.

## **CAPÍTULO 1.- LA REVISTA Y SUS ANTECEDENTES**

# **CAPÍTULO 1.- LA REVISTA Y SUS ANTECEDENTES**

## **1.1 Los primeros pasos**

El hombre siempre ha tenido la necesidad de expresarse y difundir lo que sucede en su entorno; incluso los seres más primitivos de nuestra cadena evolutiva han intentado mediante pinturas rupestres narrar el acontecer de las cacerías y la vida.

Según reportó el portal de internet de 'El Universal' el jueves 14 de junio del 2012, estudios realizados en cuevas españolas han revelado que la pintura rupestre más antigua data de por lo menos 40 mil 800 años, desbancando a las de Chauvet en Francia, calculadas de 32 a 35 mil años, mismas que se pensó durante mucho tiempo, eran las más añejas.

Inclusive antes de estas pinturas rupestres ya existían esculturas y piezas de arte portátiles, por lo que sería imposible determinar en qué momento el hombre comenzó a buscar la manera de comunicarse.

Sin embargo, la historia de la humanidad no sería lo mismo sin la invención de la escritura, ya que por medio de ésta se han transmitido conocimientos que fueron fundamentales para el desarrollo de la vida moderna.

La primera forma de escritura conocida fue los pictogramas, consistían en conjuntos de dibujos de personas, animales y objetos; éstos servían para representar palabras, por lo que no era necesario hablar la misma lengua para descifrarlos.

Esta forma fue atribuida a los egipcios, pero también la utilizaron los mesopotámicos y los indios.

No obstante, los pictogramas no tenían la capacidad de representar información compleja, por lo que los grupos sociales inventaron los ideogramas; por medio de diversos símbolos se buscaba representar una idea abstracta.

Ejemplo: el dibujo de dos piernas andando puede significar 'ir'; un cielo estrellado puede significar 'cielo', 'oscuro' o 'negro'. De esta forma era como se podía crear mensajes más completos.

Basados en los pictogramas y los ideogramas, los egipcios crearon los jeroglíficos hace aproximadamente 5 mil años; se les denomina de esta forma por dos palabras griegas que significan "grabados sagrados", ya que generalmente eran utilizados en tumbas, templos y otros monumentos oficiales.

Aunque pueden parecer simples pictogramas, forman un sistema muy complejo donde un jeroglífico puede representar una palabra o un simple sonido, con lo cual podría catalogarse como un primer acercamiento al alfabeto.

Por otra parte, hacia el año 2 mil 800 antes de Cristo, los sumerios crearon el sistema clásico de la escritura cuneiforme; ésta era por medio de cuñas y en sus principios constaba de 900 signos.

A diferencia de los ideogramas que simbolizaban palabras, la escritura cuneiforme buscaba representar sílabas, cuyos valores fonéticos se escribían. Las sílabas eran representadas por grafemas y cada uno podía valer distintos sonidos.

Cabe destacar que este tipo de escritura era apoyada por ideogramas para las palabras ya establecidas.

Mientras tanto en China se creaba una manera de escribir propia, basada en pictogramas, ideogramas y signos que indican sonidos. Está compuesta por más de 50 mil signos, pero basta con unos cuantos millares para la vida cotidiana.

## **1.2 El alfabeto**

El alfabeto llegó a revolucionar por completo la escritura, puesto que una letra tiene la capacidad de representar un sonido de una determinada lengua y las letras se combinan para formar palabras.

Actualmente basta con 30 letras o menos para formar un idioma moderno, lo que facilita el aprendizaje de éste, ya que no es necesario memorizar 800 signos cuneiformes o los millares de caracteres chinos.

Pero la pregunta es: ¿de dónde sale el alfabeto? Se cree fue creado hace aproximadamente 3 mil 600 años por personas que habitaban en Siria y Palestina, posteriormente la idea fue transmitida por comerciantes a diversos pueblos, quienes crearon sus propias lenguas.

El alfabeto ugarítico, creado por 30 letras y un signo que se utiliza para separar palabras, es el ejemplo más temprano que se tiene de un abecedario en el mundo, data de hace más de 3 mil años y fue creado en Ugarit (hoy Siria).

Sin embargo la gran difusión del alfabeto se dio gracias a los fenicios; éste estaba compuesto por 22 letras, no contaba con vocales e influyó en otros países debido a que su actividad económica mezclaba el comercio con la navegación, permitiendo que en sus viajes aportaran a otros pueblos parte de su conocimiento.

Hace aproximadamente 2 mil 800 años, los griegos aprendieron a escribir por el comercio bilateral que había con los fenicios; no obstante lo perfeccionaron y lo adaptaron a su lengua, incluyendo por primera vez las vocales

Al comienzo no existía un orden establecido para su escritura, ya que lo hacían en diversas direcciones, llegando a escribir muchas veces en forma de espiral, mas instauraron la lectura de derecha a izquierda.

Otras de las grandes aportaciones que los griegos dieron a la escritura fueron los signos de puntuación y la separación entre palabras.

Posteriormente los griegos llevaron su alfabeto hasta Italia, donde tuvo leves modificaciones por los etruscos.

Sin embargo el imperio romano conquistó a los etruscos, adueñándose de su alfabeto y adaptándolo a su lengua, desechando letras de los griegos y añadiendo nuevas.

En esta etapa los escribas, quienes se dedicaban a escribir, eran fundamentales para el imperio romano, pero no contaban con el estatus que tenían los de Egipto, puesto que muchos de ellos eran incluso esclavos griegos.

Los rasgos de las letras pasaron a ser curvos y se invirtió la dirección de la escritura. Los romanos escribían en tablillas recubiertas de cera, óstraca y papiros, contaban con plumas especiales, tinteros y tinta realizada a base de hollín aglutinado con goma líquida y diluida en agua.

En el caso de las inscripciones en piedra los romanos sólo utilizaban letras mayúsculas.

### **1.3 El papel y sus antecedentes**

Antes de la existencia del papel, ya había la necesidad de conservar documentos escritos acerca del comercio, la agricultura y los sucesos importantes; para ello se utilizaban materiales naturales como la madera, el bambú e incluso los huesos.

Sin embargo la escritura en estos materiales era complicada y no era práctico su almacenamiento, por lo que los antiguos egipcios buscaron la manera de confeccionar un material que facilitase dicha labor.

Así fue que partiendo de la planta conocida como papiro, los egipcios manufacturaron un material homónimo de ésta, difundiéndolo por toda la zona mediterránea antigua.

Las hojas de papiro se realizaban quitando la corteza verde del tallo y cortando las fibras interiores en tiras finas, posteriormente las tiras se solapaban una junto a otra y se le superponía otra capa cruzada, las capas eran presionadas o martilladas a fin de que quedaran pegadas entre sí con el propio jugo de la planta y por último se ponían a secar en el sol.

No obstante se abusó de este material y pronto comenzó a agotarse el suministro de papiro, por lo que se tuvo que buscar un sustituto.

Así fue que surgió el pergamino, que según la leyenda cuenta, fue inventado por el rey Eumenes II (197-158 a.C.) de Pergamino (Asia Menor) al no poder obtener de parte de Egipto la cantidad de papiro que necesitaba.

Éste era realizado con pieles de cordero, cabra u oveja, que eran tratadas para darle una textura suave y pulida con el fin de facilitar la escritura; a diferencia del papiro podían ser utilizadas las dos caras.

El pergamino podía doblarse y arrollarse, siendo adecuado para hacer rollos y códices; éstos eran vendidos a los escribanos, por lo que se convirtió en el soporte de la escritura de Occidente durante casi un milenio.

Por otra parte, se dice que el papel fue inventado por Tsai Lun, ministro del emperador chino Wu Di, durante el año 105 de nuestra era, mas el secreto de su elaboración lo mantuvieron los chinos alrededor de 700 años.

Su difusión por Europa se dio gracias a que los musulmanes se apoderaron de Samarcanda (hoy Uzbekistán) en el 751, sacándoles el secreto de la elaboración a unos prisioneros chinos.

#### **1.4 Los primeros libros**

En sus conquistas el pueblo romano difundió el latín y su alfabeto por Europa Occidental, adaptándose a cada idioma y cada sociedad.

Muchos de los primeros libros en ser confeccionados fueron para la iglesia cristiana, misma que tenía el interés de difundir su culto por distintas regiones; es por ello que los monjes realizaban manuscritos decorados con la intención de resaltar la gloria de Dios.

Los libros se realizaban con pergamino, la tinta que se utilizaba era de hollín y los colores se hacían de minerales o metales molidos. Es pertinente resaltar que durante 2 mil años el códice fue la forma usual del libro.

Eran grandes hojas de papel plegadas una o varias veces, agrupadas en pliegos y cocidas entre dos tapas.

### **1.5 Inicios de la imprenta**

Los chinos fueron los primeros en buscar una manera de facilitar la publicación de libros, dejando de lado la obsoleta costumbre de la transcripción, para dar paso a un proceso que intentaba reproducir varias copias de un mismo original.

De tal manera que labraron caracteres sobresalientes en una plancha de madera, posteriormente entintaban ésta y aplanaban sobre las ya existentes hojas de papel; un sistema similar al de los sellos de hoy en día.

Siglos más tarde los trozos de madera se separaron y cada uno contenía un signo, esto agilizó el proceso, sin embargo la extensa cantidad de signos chinos existentes complicaba dicha labor.

Los primeros libros, calendarios y noticias se imprimieron con estos procedimientos que antecedieron la imprenta de Gutenberg.

El inventor de origen Alemán, Johannes Gutenberg (que en realidad se llamaba Friele Gensfleisch), nació en el seno de una familia noble en Mangucia, donde se desempeñó como Orfebre hasta que se trasladó con su familia a Estrasburgo, lugar donde inauguró una empresa de grabados en madera.

Aunque estudios han demostrado que antes de Gutenberg los babilonios conocieron la impresión con sellos de arcilla y los chinos también imprimieron con este tipo de letras, se le puede atribuir a Gutenberg la utilización de tipos móviles de metal.

Entre 1436 y 1450 Gutenberg creó la imprenta: artefacto que logró mezclar las letras metálicas que utilizó en sus primeros libros, con las cuales imprimió la Biblia en 1455.

## **1.6 Nace el periodismo**

A pesar de que antes existían los manuscritos y merolicos, es un hecho que la imprenta fue un parte aguas para la difusión de textos y noticias, ya que con el aumento de ejemplares se permitió el nacimiento del periodismo a comienzos del siglo XVII.

Las primeras aproximaciones se dieron en el siglo XV con la aparición de hojas impresas que se publicaban sin regularidad; mas al término de este siglo surgieron libros de noticias que salían de manera semestral o anual, siendo los alemanes los precursores de dichas publicaciones.

Sin embargo, fue hasta el siglo XVII que se publicaron las primeras gacetas, éstas salían cada semana durante cortos lapsos de tiempo, cambiando incluso sus nombres en cada tiraje.

Determinar qué periódico fue el primero con un mínimo de organización y periodicidad es muy complicado, no obstante se cree que uno de los primeros fue

Gazzete, publicado en París por Théofrast Renaudot; posteriormente seguirían otros como: La Gaceta de Madrid en 1661 y London Gazzete en 1665.

Durante este mismo siglo surgió la primera manifestación de prensa diaria en Londres con el Leipzig; pero el periodismo diario tomó forma hasta comienzos del siglo XVIII con periódicos como:

- 1702: Daily Courant- Londres
- 1758: Diario Noticioso- Madrid
- 1777: Journal de Paris- Paris
- 1784: Pennsylvania Packet- Filadelfia

Cabe destacar que los primeros periódicos eran de inclinación política, promovidos directamente desde el poder, acentuando su contenido político en la época de revoluciones que duró de 1770 a 1815.

### **1.7 Surgen las revistas**

Las primeras publicaciones periódicas que no fueran de carácter totalmente informativo datan del siglo XVIII, en forma de almanaques que tardaban años en ser editados y que traían datos informativos de interés general como el clima, las

comunicaciones, la población y otros temas informativos, además de contar con prosa literaria y pequeños poemas. Principalmente estaban dirigidos al ocio de los lectores.

Durante el mismo siglo fueron creados los semanarios, mismos que incluían descripciones de moda y costumbres, acompañadas de crítica social y moral, algo muy parecido a las publicaciones actuales.

Las primeras revistas reunían una gran variedad de materiales para enfocar intereses particulares. Una de las pioneras fue la publicación alemana llamada: *Erbauliche Monaths-Unterredungen*, que apareció entre los años de 1663 y 1668. Pronto surgieron otras revistas que se fueron difundiendo periódicamente en Francia, Inglaterra e Italia; para la década de 1670 vieron la luz algunas más ligeras y divertidas. La preliminar de todas ellas fue 'Le Mercure Galant', en 1672, que más tarde cambió su nombre a 'Mercure de France'.

A comienzos del siglo XVIII Joseph Addison y Richard Steele crearon 'The Tatler', la cual aparecía tres veces por semana. La Enciclopedia Británica las define como "una colección de textos (ensayos, artículos, reportajes, poemas), muchas veces ilustrada, que aparece a intervalos regulares".

Es importante señalar que las revistas, si bien tuvieron un surgimiento similar al de los periódicos, éstas se destacaron por ser creadas a partir de las iniciativas de una clase intelectual y letrada que pretendía hacer énfasis en ciertos temas de interés, en especial los culturales.

A continuación se presenta una lista cronológica de las revistas más destacadas de la historia a nivel mundial:

- **1663** Erbauliche Monats-Unterredungen, publicada en Alemania, es considerada la primera revista de la historia.
- **1731** The Gentleman's Magazine, fue la primera revista moderna con intereses generales, se publicó en Inglaterra y contenía historias, poemas y comentarios políticos.
- **1739** The Scots Magazine, Es la revista impresa más antigua para los consumidores.
- **1741** American Magazine, Benjamín Franklin intentó publicar la primera revista en Estados Unidos que se conocería como 'General Magazine', sin embargo American Magazine se publicó tres días antes.
- **1770** The Lady's Magazine, la primera revista femenina, comenzó con literatura, moda y bordados.
- **1843** The Economist, inició examinando política, negocios, ciencia y artes.

- **1895** Collier's, revista semanal publicada hasta 1957.
- **1895** *The Bookman*, manejaba la lista de libros con más demanda, esta revista estadounidense inspiró la idea de los 'bestseller'.
- **1897** The old Saturday Evening Post, fue revivida por Cyrus Curtis y se convirtió en la revista de circulación semanal más extensa.
- **1899** National Geographic, revista estadounidense que hasta la fecha continúa siendo una de las más vendidas.
- **1902** Mc Clure's Magazine, inaugura la era sensacionalista.
- **1912** Photoplay, fue la primera revista dirigida a los fanáticos de cine.
- **1922** Comienza a publicarse Reader's Digest.
- **1923** Time, primera revista de noticias en Estados Unidos, fue iniciada por Henry Luce.

- **1933** Newsweek lanza su primer número.
- **1933** Esquire, primera revista para caballeros.
- **1936** Life, revista semanal de fotoperiodismo, la inicia Henry Luce.
- **1944** Seventeen, primera revista dirigida a adolescentes.
- **1953** TV Guide comienza.
- **1953** *Playboy* comienza a circular con Marilyn Monroe en la portada.
- **1967** *Rolling Stone* demuestra la popularidad de las revistas con intereses especiales o temas específicos.
- **1967** *New York Magazine* aparece como una revista regional.

- **1974** *People* debuta con Mia Farrow en la portada.

## 1.8 Definición y tipos de revistas

La revista es una publicación periódica encuadernada con diversos contenidos sobre temas especializados, que a diferencia de los periódicos tiene más oportunidad de profundizar en algún tema específico por el lapso de tiempo que se da entre cada publicación.

Por ello su denominación de ‘revista’, que ‘revé’ o ‘vuelve a ver’ lo que ya salió publicado en los periódicos o bien se difundió por radio o televisión.

*“La revista tiene esas noticias ya dadas a conocer por el diario para incorporarles aditivos que la complementan. En comparación con el diario, trae valores inéditos como la sugestión del público, la imagen, color, etcétera (...) Celina Valero entiende por revista a una publicación, con periodicidad más espaciada, no sometida a la urgencia de la información de actualidad, sino orientada a la divulgación cultural, o a una de sus facetas (arte, ciencia, literatura, etc.) y dirigida a un público de intereses más específicos”.<sup>1</sup>*

La propuesta gráfica de las revistas hace que muchas veces la compra se dé por impacto, es decir, la atracción visual que genera la portada.

---

<sup>1</sup>Tomado de:<http://es.shvoong.com/humanities/167403-revistas-definici%C3%B3n-caracter%C3%ADsticas/>

Como ya se mencionó con anterioridad existen diversos tipos de revistas, entre las más comunes se encuentran:

- Revista científica: La publicación periódica dedicada a la divulgación o información profesional de temas de las diferentes ciencias, dándoles el tratamiento que corresponda según la audiencia a la que vaya dirigida.
- Revista crítica: Juicio de valor firmado por un periodista especializado en el tema correspondiente, sobre cualquier manifestación artística o literaria.
- Revista de actualidad: La publicación periódica que incluye en cada edición los hechos más importantes de cualquier sector que se han producido en el intervalo transcurrido entre la aparición de un número y otro.
- Revista de divulgación: Publicación periódica indicada a la popularización de temas técnicos, científicos, históricos, etc.
- Revista de historietas: Básicamente encargadas de entretener al público con historias ficticias dirigidas a públicos de diferentes edades.
- Revista de información general: La que aparece bajo un mismo título con una periodicidad regular de hasta un máximo de tres veces por semana, dirigida a un público lector indeterminado y que inserta informaciones, reportajes o comentarios sobre hechos o temas de actualidad referidos a aspectos varios de la vida nacional o internacional.

- Revista de modas: Publicación periódica dedicada a la mujer con especial incidencia en el tema de la moda en todas sus variedades.
- Revista de negocios: La de contenido dedicado al sector industrial, comercial y de servicios, cuyo material está totalmente dedicado al mismo.
- Revista de opinión: Publicación periódica dedicada al análisis, crítica y comentario de los grandes temas políticos, sociales, intelectuales, morales, religiosos, económicos, etc.
- Revista de prensa: Sección de una publicación donde se reproducen textos seleccionados de otras informaciones aparecidas en diferentes diarios y revistas.
- Revista de revistas: La de aparición semanal, generalmente, que resume lo más importante que se ha publicado en otras publicaciones de esa periodicidad.
- Revista de síntesis: Publicación periódica dedicada a ofrecer resumidos artículos y otro tipo de trabajos literarios aparecidos en otras publicaciones.
- Revista del corazón: La de elegante presentación y amplia tirada que se dedica a contar la vida superficial y detalles anexos de personajes famosos de los sectores más diversos de la sociedad.

- Revista especializada: Publicación periódica dedicada a un solo tema profesional, artístico, etc.
- Revista experimental: La de la circulación limitada dedicada a la literatura y el arte que busca nuevos horizontes en la forma y el fondo.
- Revista femenina: Publicación periódica dedicada a temas relacionados con la mujer.
- Revista folletinesca: La de carácter sensacionalista.
- Revista gráfica: La periódica en la que, sobre los textos, predominan los espacios dedicados a ilustraciones.
- Revista ilustrada: Revista gráfica.
- Revista marginal: Se dice así de la prensa underground.
- Revista mensual: La que aparece bajo un mismo título y con periodicidad regular de una vez por mes.
- Revista musical: Publicación periódica dedicada a temas relacionados con la música.

- Revista popular: Publicación periódica de temas de interés general o de determinadas especialidades dirigidas a un gran público.
- Revista quincenal: La que aparece bajo un mismo título y con periodicidad regular una vez cada quince días.
- Revista sensacionalista: La de alta tirada, impresa en papel barato, dedicada a relatos sensacionalistas de todo tipo, especialmente de sucesos sangrientos, con acompañamiento de gran documentación gráfica de dudoso gusto.
- Revistas culturales: Las de contenido referido en exclusiva a temas de esa índole, bien con carácter general o limitado a un sector específico de su mundo.
- Revistas familiares: Las que con la amplitud de sus temas y por el cuidado de su contenido en su aspecto moral y limpieza del lenguaje empleado, las hace aptas para ser leídas por todos los miembros de un hogar.
- Revistas literarias: Las de contenido cultural referido en exclusiva a temas de ese sector, tanto en su aspecto general como en relación con todos sus géneros, autores, movimientos, estilos, etc.
- Revistas institucionales: Generalmente utilizadas por los departamentos de relaciones públicas para incrementar la popularidad de alguna empresa o institución, así como mejorar la producción interna.

## **1.9 Partes de la revista**

Las revistas están conformadas por dos estructuras, éstas son la externa y la interna, cada una de ellas compuestas por diversas partes que cumplen distintas funciones.

La estructura externa se refiere a la portada y contraportada, en la cual no profundizaremos por ser generalmente utilizada como espacio publicitario.

La portada generalmente está compuesta por el logotipo de la publicación; el lema, que es una frase que muestra la tendencia o filosofía de la revista; el calendario que contempla la fecha, el número, el año, el volumen y el precio; el sumario, que desempeña el papel de índice y enuncia el contenido de la revista o títulos de los artículos; finalmente la ilustración acompañada de colores atractivos, usualmente se utilizan fotografías de algún personaje destacado.



Por otra parte la estructura interior tiene como parte medular los artículos, mismos que se pueden clasificar en: la editorial, crítica, reportaje, columna, crónica, entrevista, encuestas, notas, ensayos, caricaturas. Cada uno de ellos debe llevar una estructura específica que se analizará en el siguiente capítulo.

### 1.10 La empresa periodística

Las revistas y los periódicos son empresas periodísticas o informativas, que a pesar de tener como funciones principales el informar y entretener, también tienen que mantenerse por sí mismas.

No se pueden definir como puramente mercantiles, sin embargo caería en la quiebra quien no tomase en serio las exigencias comerciales.

Como en cualquier empresa, su organización variará dependiendo del tamaño de la revista o periódico, si es de circulación local, estatal o nacional.

Rucker y Williams en su libro 'Organización y administración de periódicos' proponen cinco departamentos:

*“Departamento comercial: Tiene a su cargo todo lo referente a las ventas, distribución, ingresos y gastos; publicidad. La división de publicidad atiende los anuncios nacionales, locales y los pequeños anuncios o anuncios clasificados. La división de distribución debe realizar una tarea muy importante para que el periódico, con los menores gastos, llegue a los puntos más lejanos de venta.*

*“...Departamento de promoción: Los periódicos deben realizar su propia promoción, diseñar constantemente un comportamiento que les permita conquistar el mercado de lectores. La promoción abarca desde la publicidad del propio periódico hasta la organización de campañas y actividades que lo den a conocer.*

*“Departamento de talleres: es el departamento encargado de la producción material del periódico. Con la revolución electrónica este departamento debe tener una perfecta coordinación con los responsables de los aspectos informáticos y de tratamiento de textos.*

*“Departamento administrativo: Este departamento es el lugar de coincidencia de los propietarios del periódico y los directivos. Un gerente, o director general, dirige toda la política de la publicación, coordina a los diversos departamentos.*

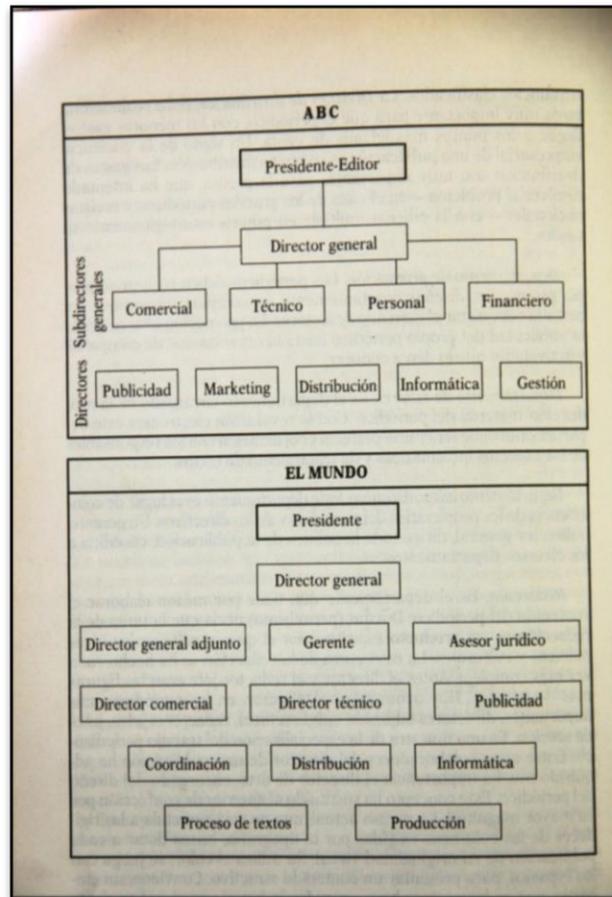
*“Redacción: es el departamento que tiene por misión elaborar el contenido del periódico. Dovifat (periodismo) decía que la tarea de la redacción es un producto espiritual, en el que se reflejan las ideas políticas y culturales (...) Antes el director y el redactor-jefe eran las figuras más destacadas. Hoy acompañan al director, en los periódicos más importantes, directores adjuntos, subdirectores, redactores jefes, jefes de sección. Es una muestra de la especialización del trabajo periodístico. Entre estos colaboradores del director de una publicación ha adquirido mucha importancia el director de arte, encargado del diseño del periódico. La prensa actual, que no está sometida a las rigideces de las columnas exigidas por la tipografía, busca dotar a cada publicación de su originalidad visual. Se utiliza el color, se juega con los espacios, para presentar un contenido atractivo”.<sup>2</sup>*

A pesar de que Rucker Williams se refiere específicamente a periódicos, los departamentos en las revistas no varían, pues ambas son empresas periodísticas.

---

<sup>2</sup>GuaschBorrat Juan María, “Introducción a los medios de comunicación”, España, 1990, Ediciones Paulinas, Pág. 170-171

### 1.11 Algunos organigramas exitosos



**Figura1.- Organigrama empresarial de ABC y El Mundo**

Imagen tomada de "Introducción a los medios de comunicación" pág. 172

## **CAPÍTULO 2.- PERIODISMO Y SUS GÉNEROS**

## CAPÍTULO 2.- PERIODISMO Y SUS GÉNEROS

### 2.1 Periodismo

*“El periodismo es un ejercicio o la función del periodista, entendiéndose por tal a aquella persona que se preocupa por recoger las noticias, investigarlas, darles forma y entregarlas al público que necesita saber lo que ocurre en su entorno o más allá del mismo”.<sup>3</sup>*

Existen un sinnúmero de definiciones sobre periodismo, pero todas concuerdan en un mismo punto, informar sucesos relevantes.

Actualmente la definición se ha hecho más extensa por el avance de la tecnología que ha permitido la creación de más medios informativos. Antes se definía como un trabajo de redacción; hoy es importante destacar que se trata de transmitir la noticia por medio de algún canal que permita a la sociedad conocer el suceso; dígase periódico, revista, radio, televisión, internet, etc.

Es un hecho que la actividad periodística ha evolucionado con el paso del tiempo, por ello, Ciro Mrcondes Filho, esboza un cuadro evolutivo de cinco épocas distintas para el periodismo:

---

<sup>3</sup>Filippi Emilio, “Fundamentos del Periodismo”, México, 1997, Editorial Trillas pág. 11

*“1.- Prehistoria del periodismo: de 1631 a 1789. Caracterizada por una economía elemental, producción artesanal y forma semejante al libro.*

*“2.- Primer periodismo: 1789 a 1830. Caracterizado por el contenido literario y político, con texto crítico, economía deficitaria y dominado por escritores, políticos e intelectuales.*

*“3.- Segundo periodismo: 1830 a 1900. Prensa de masas, marca el inicio de la profesionalización de los periodistas, la creación de reportajes y titulares, la utilización de publicidad y la consolidación de la economía de empresa.*

*“4.- Tercer periodismo: 1900 a 1960. Prensa monopolista, marcada por grandes tiradas, influencia de las relaciones públicas, grandes firmas políticas y fuertes grupos editoriales que monopolizan el mercado.*

*“5.- Cuarto periodismo: de 1960 en adelante. Caracterizado por la información electrónica e interactiva, así como la amplia utilización de la tecnología, cambio de las funciones del periodista, mucha velocidad en la transmisión de informaciones, valoración de lo visual y crisis de la prensa escrita”<sup>4</sup>*

Es importante destacar que para que haya periodismo se tienen que dar a conocer los sucesos, no se le puede llamar trabajo periodístico a una investigación o

---

<sup>4</sup> Peña de Oliveira Felipe, “Teoría del periodismo”, México, 2009, Editorial Alfaomega, pág. 35

indagación de cualquier suceso actual si sólo se pretende tenerla y no mostrarla a la sociedad.

## **2.2 Las fuentes**

Para transmitir algún acontecimiento es necesario que el periodista esté bien informado sobre el suceso; sin embargo es imposible que el reportero se encuentre en todos los lugares al mismo tiempo, por ello se debe recurrir a las fuentes.

Las fuentes son quienes proporcionarán la información, pueden ser personas, instituciones u organismos de cualquier índole.

Es importante enfatizar que a mayor número de fuentes, calidad y sobre todo pluralidad en cuanto a opiniones, la noticia tendrá más credibilidad.

Una de las principales características del periodismo es que debe ser veraz y objetivo, por lo que la información que se pretenda publicar tiene que estar contrastada por diversos puntos de vista, con el fin de dar al receptor un contenido completo y no sólo la transcripción de un audio.

A pesar de que el reportero debe respetar a su fuente, siempre tiene que estar escéptico de la información recibida, ya que puede haber intereses de por medio, sobre todo cuando se trata de fuentes oficiales.

Cabe hacer mención que no todas las fuentes actúan de la misma manera, por ello Borrat hizo una clasificación de 5 tipos diferentes:

1.- Fuente resistente: es aquella que no tiene el interés de dar información y pone obstáculos a su obtención.

2.- Fuente abierta: no tiene problemas con proporcionar la información, pero el reportero tiene que tomar la iniciativa de obtenerla.

3.- Fuente espontánea: asume la iniciativa de informar al medio.

4.- Fuente ávida: es la que tiene la necesidad de dar a conocer información que sirve a sus intereses, por lo que llega por sí sola al medio de comunicación o al reportero.

5.- Fuente compulsiva: trata de obligar al medio a comunicar su información.

Como ya se mencionó anteriormente, las fuentes darán credibilidad al medio, para ello son necesarias las atribuciones, éstas tienen la finalidad de respaldar al periodista en cuanto a la información redactada.

### **Las atribuciones se clasifican en:**

1.- Atribución directa: es la que identifica a la fuente con nombre y apellidos citando la información expuesta. Ejemplo: “El gobernador del estado, Javier Duarte de Ochoa, aseguró que el operativo ‘Veracruz Seguro’ busca restablecer la paz...”.

2.- Atribución con reservas: no se cita de manera directa a la fuente, sin embargo se menciona información de ésta. Ejemplo: “Vecinos de la colonia Patria Libre están cansados del mal aroma que despiden la planta de amoníaco...”.

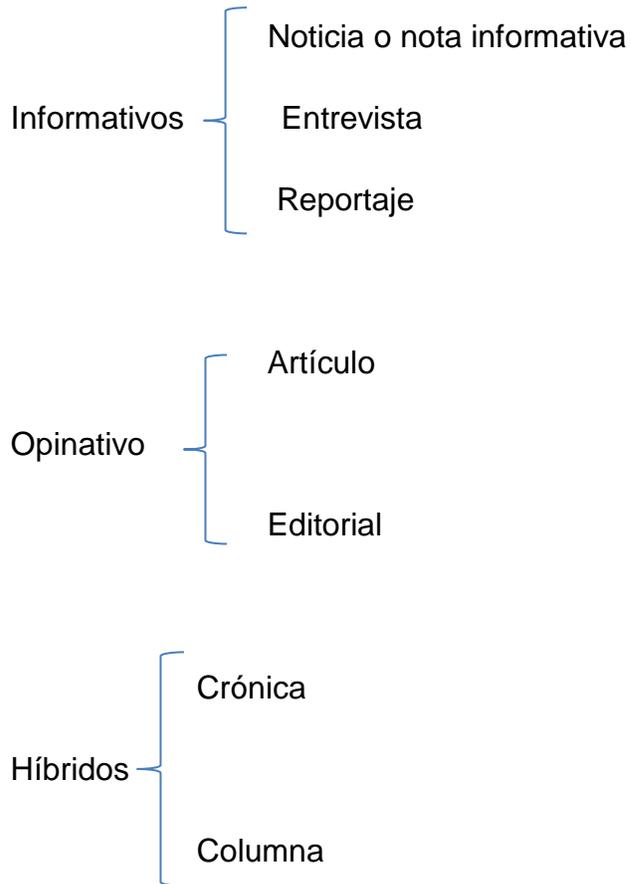
3.- Atribución con reserva obligada: la fuente no puede ser mencionada, por lo que el medio cuenta la información como propia.

4.- Atribución con reserva total: la noticia no se publica ni se atribuye, sólo sirve para que el periodista tenga más elementos de información con el fin de interpretar mejor los acontecimientos.

### **2.3 Géneros periodísticos**

El periodismo tiene diversas formas de plasmarse, a eso se le llama géneros periodísticos, es básicamente tener distintos estilos de redacción con diferentes oportunidades de expresar un hecho de actualidad.

Según Carlos Marín los géneros periodísticos se distinguen por su carácter informativo, interpretativo o híbrido de sus contenidos, por lo que los clasifica de la siguiente manera:



**Figura2.- Clasificación de los géneros periodísticos**

Figura tomada de "Manual del periodismo" pág. 62-63

### **2.3.1 Géneros informativos**

#### **Noticia o nota informativa**

Es el más importante dentro del periodismo, puesto que tiene la función de fortalecer a los demás géneros, tiene como principal objetivo dar a conocer los hechos de interés colectivo.

Es sin duda, el menos subjetivo de los géneros, sin llegar a ser objetivo en su totalidad, no se dan opiniones personales, ni soluciones, informa el hecho y nada más.

Cabe destacar que la noticia siempre debe responder a las preguntas ¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué?, y ¿cómo?

Son los seis cuestionamientos que suele hacerse cualquier interesado en la información que se está presentando, y el tener la respuesta a todas las preguntas le da más fortaleza a la noticia.

Aunque hay que decir que no siempre fue así; en sus inicios la noticia se presentaba con una inmensa carga opinativa de parte del reportero o el medio de comunicación. La narrativa era más retórica que informativa, los textos eran largos y para llegar a la información que contestaba los cuestionamientos resaltados anteriormente, había que leer unos cuantos párrafos irrelevantes de crítica política.

### ***Nace la pirámide invertida***

Durante el periodo de la Guerra Civil en Estados Unidos (1861-1865), los corresponsales tenían la necesidad de enviar la información en el menor tiempo posible desde las oficinas de telégrafos, por lo que omitían su opinión y evitaban detalles excesivos.

Esto ocasionó que los operadores de telégrafos tuvieran la magnífica idea de hacer una rueda de informadores, permitiendo que cada corresponsal dictara su párrafo más importante, para posteriormente dar el segundo y continuar así hasta el final.

De esta manera fue como en Estados Unidos nació la pirámide invertida, método que hoy en día sigue siendo utilizado por las ventajas que ofrece.

La pirámide invertida expone el relato condensado en el primer párrafo, para después ir aportando información de importancia decreciente en los siguientes párrafos.

Las ventajas de ésta son:

1.- Para el lector: se informa de manera rápida, ya que con tan sólo leer el primer párrafo basta para saber qué fue lo que sucedió.

2.- Para el proceso de elaboración: en dado caso de que la nota sea muy larga, se puede quitar el último párrafo de ésta sin que se pierda el entendimiento de la noticia.

3.- Para el editor: el editor puede hacer cambios a la cabeza con simplemente leer el primer párrafo.

### ***Estructura de la nota***

#### *Lead o entrada*

Como ya se mencionó anteriormente, la entrada busca responder a todos los cuestionamientos habidos y por haber.

*“Según el maestro Joao de Deus (profesor de la universidad Estácio de Sá), las preguntas del lead no son seis, sino nueve: ¿quién hizo?, ¿qué?, ¿a quién?, ¿cuándo?, ¿por qué?, ¿para qué?, ¿dónde?, ¿cómo?, ¿con qué consecuencias?”.<sup>5</sup>*

Añadiendo a diferencia de otros teóricos del periodismo al sujeto pasivo, pues muchas veces es importante saber quién es el afectado.

---

<sup>5</sup>Ibidem pág. 45

La entrada debe tener un trato estilizado que incite al receptor a seguir leyendo hasta llegar al final, siendo considerada por el profesor Felipe Pena de Oliveira como una 'red capaz de envolver y dar seguridad de la información'.

Joao de Deus clasifica las entradas según su estilización de la siguiente manera:

- Clásica: es la que presenta los elementos fundamentales para envolver al destinatario.
- De cita: se inicia con una frase o declaración significativa de alguna de las fuentes o personajes implicados en el suceso.
- Circunstancial: se abre con la presentación de algún elemento como circunstancia; sin embargo tiene que estar justificada su utilización para iniciar el discurso.
- Cliché: se comienza con un dicho o refrán que tenga que ver con la noticia, éste es de conocimiento popular y no se refiere a un comentario realizado por alguna fuente.
- Conceptual: comienza con una definición o una idea para atraer al receptor, suele utilizarse en noticias que abordan información sobre términos complejos.

- Cronológico: debe apoyarse del título y estructura los datos del más remoto al más reciente.
- De apelación directa: aborda al lector hablándole de usted y enfatiza algún aspecto que pueda interesarlo. Es una especie de invitación.
- De contraste: como su nombre lo dice, busca contrastar con la información que se maneja en la noticia.
- Descriptivo: describe el escenario donde se encuentran situados los personajes de la historia. Busca alimentar la imaginación del receptor.
- De enumeración: inicia con una lista de objetos, situaciones, etc.
- Dramático: comienza la historia como si fuera un cuento con la finalidad de crear suspenso.
- Interrogativo: Hace un cuestionamiento perturbador, para posteriormente abrir la noticia.
- Rememorativo: recuerda un acontecimiento del pasado, resumiendo datos anteriores para complementar la información que se presentará posteriormente.

- Adversativo: comienza con algún adverbio que hace referencia a una expectativa no realizada; generalmente se utiliza 'a pesar de'.
- Explicativo: tiene como función explicar el contexto con que se hace alguna declaración o acontecimiento.
- Apelativo: informa de forma maliciosa aprovechando la ambigüedad de los datos.
- Multilead: libera al primer párrafo de la responsabilidad y va presentando la información en cada párrafo.

### *Cuerpo*

Es el desglose de la noticias, generalmente va de más a menos en cuanto a importancia se refiere.

### *Remate*

Es el último párrafo de una noticia informativa, se caracteriza por tener un dato secundario pero concluyente, de tal manera que al lector le parezca natural que allí termine la nota.

### *Cabeza o titular*

Son el llamado de atención, la señal que debe ser fuerte e interesante para que sea percibida y llamativa por el lector, sin embargo por lo general le toca hacerlo a los editores o jefes de redacción, por ese motivo se manejó hasta ahora.

### *Sumario o secundaria*

Después de que se atrajo la atención del lector con la cabeza, el sumario debe informar algo importante de la nota para estimular el interés.

### **Entrevista**

Se trata del diálogo entre el periodista y el entrevistado para obtener información, datos, opiniones, comentarios, interpretaciones y juicios de interés social.

El entrevistador obtiene toda la información del entrevistado y sólo se limita a preguntar.

Cabe destacar que existen tres tipos de entrevista que son, entrevista informativa, de opinión y de semblanza.

Entrevista informativa: es la que usualmente se utiliza para las noticias cotidianas, se busca recabar toda la información posible sobre el acontecimiento suscitado.

Entrevista de opinión: ésta busca algún especialista o intelectual para preguntar su opinión sobre un hecho de actualidad. No es informativa como tal, sólo se trata de una opinión profesional sobre el tema en cuestión.

Entrevista de semblanza: busca el perfil psicológico, social, personal, físico y profesional del entrevistado. Es el relato de las experiencias de vida, metas, sueños, gustos, disgustos, momentos felices y tristes, anécdotas y todo lo que englobe la vida de una figura pública.

Existen entrevistas de semblanza que no son necesariamente realizadas a figuras públicas, hay noticieros y periódicos donde se expone la vida de alguna persona enferma con el fin de relatar las dificultades por las que ha pasado y cómo ha hecho para salir adelante.

## **Reportaje**

Es por mucho el más completo de todos los géneros periodísticos, es tan amplio que puede absorber a todos los demás. Suele contener noticias, entrevistas, crónicas e incluso recursos literarios como el ensayo, la novela corta y el cuento.

El reportaje profundiza la noticia y es como normalmente se exponen los trabajos de periodismo de investigación, puesto que indaga, describe, informa, entretiene y documenta.

### **2.3.2 Géneros opinativos**

#### **Artículo**

Es un género subjetivo clásico, el periodista tiene que exponer sus opiniones y juicios sobre las noticias más importantes del momento y temas de interés general.

#### **Editorial**

Es la posición del medio de comunicación sobre algún acontecimiento o suceso de interés general, puede ser repudiando o aplaudiendo.

Resume la posición doctrinaria y política de las empresas periodísticas y a diferencia de los demás géneros, no va firmada, lo que quiere decir que la responsabilidad corre en manos de la empresa.

### 2.3.3 Géneros híbridos

#### Columna

Trata con brevedad asuntos de interés, tiene periodicidad y un nombre establecido, expone la opinión del columnista y no del periódico o revista en que se publica.

Se divide en varios tipos como, columna informativa, de comentarios y crítica o reseña.

Columna informativa: da a conocer varios hechos que no merecen un espacio solitario por la trascendencia de la noticias, además de anticipar posibles respuestas o reacciones que sólo el columnista sabe.

Columna de comentarios: información de pequeños hechos, aspectos desconocidos de noticias o detalles curiosos de personajes y hechos, con la inclusión de comentarios a cargo del columnista, quien suele ser analítico e irónico.

Columna crítica o de reseña: informa y comenta asuntos que requieren especialización. Hay sobre distintos temas, tan diversos como libros, arte, música, teatro, inversiones, bolsa de valores, deportes, etc.

## **Crónica**

Es una narración de algún acontecimiento, normalmente en el orden en que se desarrolló. Más que tener un afán de informar, trata de recrear la escena y envolver al lector en ella.

Al igual que la entrevista, Carlos Marín opina que se divide en tres tipos que son: crónica informativa, opinativa e interpretativa.

Crónica informativa: el cronista se limita a informar sobre un suceso, sin emitir opiniones; pero con riqueza de descripciones.

Crónica opinativa: el cronista informa y opina simultáneamente; lo que regularmente ocurre en las crónicas deportivas o taurinas.

Crónica interpretativa: el cronista ofrece los datos informativos esenciales pero, sobre todo, interpretaciones y juicios del cronista.

## **2.4 Géneros periodísticos complementarios**

### **2.4.1 Nota complementaria**

Existen noticias que por su relevancia necesitan ser apoyadas por antecedentes e información documental, a parte de la indagación del suceso actual para dar más veracidad a su contenido.

Hasta hace 15 años se mezclaban todos estos aspectos, lo que ocasionaba notas demasiado largas que eran desagradables para el lector.

Es por ello, que ante la necesidad de redactar información más ágil para la lectura, los reporteros comenzaron a manejar información complementaria; esto se refiere a publicar en la misma página junto con la nota principal, una de menor tamaño que contextualice a base de antecedentes.

Los datos antecedentes sirven para dar un mayor entendimiento sobre el contenido de la nota al receptor; en el periodismo anglosajón a éstos se les denomina como 'background'.

Para el profesor Antonio López Hidalgo, la nota complementaria es una noticia autónoma que puede ser de actualidad y que no necesariamente debe llevar antecedentes, simplemente hablar sobre el mismo suceso desde otra perspectiva; no obstante destaca que la finalidad de ésta es dar fuerza a la nota principal.

#### **2.4.2 Foto noticia**

Básicamente es una foto de actualidad que tenga validez noticiosa por sí sola, mas debe ir acompañada de un breve texto y una pequeña cabeza que no supere una línea.

Éstas pueden ser informativas, curiosas o anecdóticas y el encabezado no tiene que ser necesariamente informativo, ya que la fotografía debe transmitir el acontecimiento, mientras el texto contextualiza la imagen.

Aunque la foto noticia habla por sí sola, puede servir como complemento de alguna nota principal; esto es común en noticias sobre manifestaciones, donde el lente puede llegar a captar acciones individuales o colectivas que merezcan un espacio autónomo.

### **2.4.3 La cuña**

Este género periodístico se utiliza con el fin de ajustar las páginas, ya que en ocasiones quedan espacios sin llenar.

No descubre otro ángulo de la noticia, por lo que es más bien un complemento del diseño gráfico.

### **2.4.4 Despiece**

El despiece es un recurso que embellece las páginas de las publicaciones, ya que en columnas o recuadros aparte, expone datos relevantes de la nota principal que se omitieron en ésta para no saturar el contenido, sin embargo no daña el entendimiento de la información, permitiendo que puedan ser leídas por separado sin causar conflictos para el receptor.

Este recurso permite la utilización de más encabezados y elementos gráficos que aviven la publicación; mas es fundamental que ambos contenidos tengan autonomía, pues el lector puede llegar a defraudarse si siente que alguna de las notas está incompleta.

### **2.4.5 Infografía**

Actualmente los medios impresos saben de la importancia que tienen los recursos gráficos, por ello las infografías han aumentado su popularidad en los últimos años.

Se puede definir como toda ilustración (de cualquier índole) que explique cómo ha ocurrido algún acontecimiento, que necesariamente deberá llevar datos informativos concernientes al tema.

### **2.5 Periodismo especializado**

Existen ramas específicas del periodismo. Esto es muy evidente en cualquier periódico o noticiero de radio o televisión, la información va separada por secciones y cada reportero tiene una función específica, es decir: 'zapatero a su zapato'.

A esto se le llama periodismo especializado; en un mundo utópico debería ser la combinación de la experiencia profesional o un amplio conocimiento sobre algún área específica del saber humano con el conocimiento básico de periodismo. Obviamente va a un público selecto interesado en el tema a desarrollar.

Hay que tomar en cuenta también que existen diversas formas de separar la especialización del periodismo, ya que se puede dividir en:

- Especialización por contenidos

-Especialización por géneros periodísticos.

-Especialización por medios de comunicación.

-Especialización por géneros de audiencia.

En este trabajo sólo nos enfocaremos a comprender y definir la especialización por contenidos y por géneros periodísticos.

Dentro de las ramas más importantes del periodismo se encuentran: periodismo informativo, periodismo policiaco, periodismo social, periodismo deportivo, periodismo político, periodismo cultural, periodismo de investigación, periodismo económico, periodismo literario y periodismo científico.

### **2.5.1 Periodismo informativo**

El periodismo informativo es el que regularmente recibe el nombre de información general, su función es informar de los acontecimientos más importantes de la localidad en que se vive.

### **2.5.2 Periodismo policiaco**

También conocido como “nota roja”, es uno de los géneros más subvalorados dentro del periodismo, puesto que se tiende a confundir con el amarillismo.

Según Ruth Adler en su libro 'Un día en la vida del New York Times', define al periodismo policiaco como: *“Desastres, tumultos, crímenes, alarmas de incendio, etcétera, se llaman noticias policiales, porque la mesa de asuntos metropolitanos (lugar de la redacción del diario) suele enterarse de ellas a través del departamento de policía”*.

Es importante destacar que el periodismo policiaco requiere de una narración clara del suceso con un lenguaje coloquial, además de los datos específicos de dónde ocurren los hechos, cuándo y quiénes están implicados (el cómo no se mencionó porque ya se había hecho en la narración).

### **2.5.3 Periodismo social**

El periodismo social busca la difusión de las actividades de asociaciones civiles con el fin de promover la cooperación de la sociedad en actividades fundamentales para alguna localidad o un grupo marginado específico.

### **2.5.4 Periodismo deportivo**

El periodismo deportivo es, como su nombre lo dice, la cobertura de acontecimientos deportivos, así como conferencias y entrevistas del tema mencionado.

Éste ha evolucionado de gran manera, dejando de ser un simple hermano pobre de la información para llegar a tener sus propios canales de televisión, revistas, programas de radio y páginas de internet.

### **2.5.5 Periodismo político**

Es el que se encarga de los acontecimientos de la vida política, desde campañas electorales, hasta escándalos de corrupción.

### **2.5.6 Periodismo cultural**

Olvidado por la mayoría de los medios masivos de comunicación, es el que difunde toda actividad cultural, pueden tocar temas de interés histórico y social.

### **2.5.7 Periodismo de investigación**

Es el que trata de exponer un tema oculto de interés, requiere de una investigación bastante amplia sobre el tema que se quiere difundir y se necesitan tomar en cuenta aspectos importantes como situación geográfica y económica para realizarlos.

Son los que normalmente se pueden ver en revistas como Proceso, donde se exponen casos de carácter normalmente político, pero desde una investigación profunda que no acusa sin argumentos.

Actualmente, como se había mencionado, varios periodistas han comenzado a sacar libros del narcotráfico.

### **2.5.8 Periodismo económico**

Expone la situación monetaria no sólo del país sino de todo el mundo, trata de explicar las condiciones en las que se encuentran las bolsas de valores, así como el PIB y el cambio de monedas.

### **2.5.9 Periodismo literario**

Se trata de exponer un acontecimiento de la realidad en forma narrativa, emotiva y que tenga la capacidad de apasionar al lector.

Según Tom Wolfe esta variante requiere de cuatro puntos básicos para tener fuerza:

1.- Construcción escena por escena: contar la historia saltando la escena de una a otra y evitando la narración histórica.

2.- Diálogo realista: el diálogo sitúa al personaje con mayor eficiencia y rapidez que cualquier otro procedimiento individual.

3.- Punto de vista en tercera persona: es la técnica de presentar cada escena al lector a través de los ojos de un personaje particular, para dar la sensación de estar metido en la piel del personaje.

4.- Símbolos: consisten en la relación de gestos cotidianos, hábitos, modales, costumbres, estilos de mobiliario, de vestir, de decoración, estilos de viajar, comer, de llevar a la casa, modos de comportamiento, estilos de andar y otros detalles simbólicos del status de vida del personaje.

### **2.5.10 Periodismo científico**

“Se trata de definir, con la mayor brevedad y aproximación posibles, algunos conceptos básicos para un entendimiento real de la difusión de la ciencia y la tecnología en los medios informativos”.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Calvo Hernando Manuel, “Periodismo científico”, España, 1992, Editorial Paraninfo, pág. 17

## **CAPÍTULO 3.- IMAGEN DE LA REVISTA**

## CAPÍTULO 3.- IMAGEN DE LA REVISTA

### 3.1 El poder de la información.

Es un hecho que el contenido de una revista es importante para atrapar al lector, sin embargo no se puede dejar de lado la cuestión gráfica, ya que el diseño de ésta es fundamental para llamar la atención del consumidor.

Con la creciente ola de publicaciones no sólo en la región, sino en todo el país, el esfuerzo por lograr atrapar al leyente se ha duplicado, y *“sólo quienes ofrecen lo mejor en contenido y forma pueden resultar vencedores en una lucha tal”*.<sup>7</sup>

Es por ello que Edmundo Rostan, director de arte del corporativo Imagen del Golfo, destaca la importancia de tener los conceptos editoriales antes de comenzar con el diseño de alguna publicación.

“Necesitamos ideas claras en cuanto al perfil editorial: qué contenidos, número de páginas, a qué público va dirigido y cuál es el perfil del lector que lo va a leer”, señaló el licenciado en diseño gráfico por la UNAM.

Para esto es importante reunir a los líderes del proyecto, que son: el director de la empresa, el editor que va estar a cargo, y quien diseñará la publicación; con el fin de que cada elemento aporte ideas claras.

---

<sup>7</sup> T. Turnbull Arthur, “Comunicación Gráfica”, México, 2004, Editorial Trillas, Pág. 16.

“No hay una garantía 100 por ciento de que una revista pueda funcionar, pero si tú tienes la mayor cantidad de información puedes hacer un producto más a medida”, resaltó el maestro en diseño tipográfico por la Gestalt, quien además agregó: “Uno de los errores más frecuentes es diseñar algo de lo que todavía no tienes un perfil editorial”.

Por otra parte destacó la importancia de crear un buen plan de negocios que permita a la revista mantenerse mientras es aceptada por el público, ya que las ventas no se dan de forma inmediata y “una combinación entre circulación y anunciantes es lo que le va dar vida a la revista”.

De igual manera es importante conocer si en el mercado ya existe alguna publicación parecida a la que se pretende sacar y si ésta ha funcionado.

Por último recomendó: “El proceso de renovación debe ser constante, ir haciendo los ajustes necesarios cuando se vea una posible amenaza y me parece importante empezar a ofrecer nuevos productos antes de que la revista pierda vigencia”.

### **3.2 Comenzando a diseñar**

El proceso de elaboración en cuanto a diseño, tiene tres pasos fundamentales que son: planeación, preparación del original y producción o impresión.

La planeación tiene que ser realizada en conjunto; con esto nos referimos a un equipo de edición y otro de diseño gráfico, teniendo en cuenta desde un principio a qué público va dirigida la publicación y el contenido que llevará.

En esta etapa se visualizará todo aspecto posible en cuanto a formato, sin dejar de un lado el control de los costos (conocer los materiales de impresión y el lugar donde se hará).

Posteriormente viene la etapa de la preparación del original, que es básicamente la realización del boceto.

Podría parecer sencillo teniendo en cuenta que ya se visualizó lo que se pretende hacer, pero cuando es momento de poner el ejercicio a la praxis surgen dos complicaciones particularmente molestas:

*“1.- Acomodar el número de palabras en el espacio designado en el boceto.*

*“2.- Acomodar las ilustraciones en el espacio designado en el boceto”.<sup>8</sup>*

Errar en estas dos cuestiones produce que el boceto deba cambiarse para ajustar ilustraciones y palabras de una forma que sea atractiva para el consumidor.

---

<sup>8</sup>Ibidem pág. 20

Por último está la etapa de producción en la cual se imprime el producto. Cabe destacar que el director de arte o diseñador de la revista debe atender los siguientes aspectos: procesos de impresión; composición tipográfica; selección de papel y de otras superficies de impresión; y doblado, encuadernado y acabado.

### 3.3 El valor de las letras

*“Lo que ve el hombre está estructurado por diversos elementos, de la misma forma en que el lenguaje verbal está estructurado por palabras o impresos. Y de la misma forma que existen reglas gramaticales para componer mensajes verbales efectivos, hay reglas para componer formas visuales efectivas. Dondis llama a estas reglas: ‘sintaxis visual’.”<sup>9</sup>*

Es por ello que el proceso de selección de tipos debe ser bastante minucioso y contar con las siguientes características:

*“1.- Legibilidad de la tipografía: puesto que el lenguaje es el medio principal de comunicación humana, la legibilidad de la letra o letras es de gran importancia.*

*“2.- Las posibilidades de diseño: Cuando se compone cierto número de palabras, éstas abarcan una porción del espacio del boceto; el área que ocupan asumirá una forma, un tono y una textura. Esto depende principalmente de la tipografía, de su tamaño, de la longitud de las líneas, del esparcimiento entre las*

---

<sup>9</sup>Ibidem pág. 112

*palabras, del esparcimiento entre las letras y del esparcimiento entre las líneas”.*<sup>10</sup>

Cabe resaltar que para enviar un mensaje visualmente atractivo se necesita de la forma, tono y textura.

Por último está el paso de selección del método de composición, que es prácticamente la forma en la que se imprimirá la publicación.

### **3.3.1 Conocimiento de la fuente**

Cada fuente tiene una intención específica, por lo que es de vital importancia conocer la función de éstas, ya que el receptor podría reaccionar de forma positiva o negativa, dependiendo si se utilizó de manera correcta o incorrecta, puesto que debe haber armonía entre forma (tipografía) y contenido (texto).

Es decir, un texto dirigido a jóvenes debe contar con una tipografía más fresca para cumplir con su objetivo, pero si se utilizase la misma fuente para un reportaje de carácter político, éste podría ser rápidamente desacreditado, ya que unas letras muy joviales le quitarían la formalidad que se supone debería tener.

Es por ello que el encargado de la selección de tipografías o diseño en general, tendrá que anteponer la intención del mensaje a sus conceptos de hermosura gráfica.

---

<sup>10</sup>Ibidem pág. 21

### 3.3.2 El encabezado

El encabezado es sin duda, parte fundamental de cada artículo de la publicación; en el capítulo anterior se mencionó la importancia de una buena cabeza, en éste se analizará gráficamente lo que se debe hacer con ellas.

*“La cabeza principal debe tener el tamaño suficiente como para tolerar la competencia de otros elementos de la página y atraer la atención del mensaje”.<sup>11</sup>*

Cabe destacar que el tamaño de la cabeza se verá regido por los siguientes factores:

*“1.- Peso de otros elementos del diagrama.*

*“2.- El tamaño del espacio en la página. Un tamaño más grande exige tamaños más grandes.*

*“3.- La cantidad de espacio en blanco que rodea a la cabeza. El título puede ser de tamaño menor cuando se le da énfasis con un mayor espacio en blanco.*

*“4.- La impresión a color de los titulares. La impresión a color requiere de tamaños de tipo más grandes que la impresión en blanco y negro.*

---

<sup>11</sup>Ibidem pág. 123

*“5.- Tamaño del tipo condensado. Es necesario utilizar un tamaño más grande para el tipo condensado que para el tipo estándar.*

*“6.- Extensión del encabezado. Los diseñadores se ven precisados a emplear un tipo de tamaño muy chico cuando los encabezados son muy largos; esto puede resolverse si se divide el encabezado en grupos grandes y pequeños de ideas”.<sup>12</sup>*

Es importante resaltar que el encabezado es un elemento tanto gráfico como verbal, por lo que se debe analizar su forma y contenido, ya que la presentación de una buena cabeza se considera una invitación a la lectura.

De igual manera existen otras técnicas que pueden destacar la forma del encabezado; éstas son:

- 1.- Uso del color.
- 2.- Combinación de rayas.
- 3.- Encabezado de letras blancas sobre fondo de color negro.
- 4.- Encabezados totalmente en letras mayúsculas.

---

<sup>12</sup>Ibidem pág. 125

5.- Mezcla de tipografías.

6.- Impresión de la cabeza sobre un fondo.

7.- Uso de letras iniciales.

8.- Combinación de la cabeza con un tratamiento artístico.

9.- Uso de letras hechas a mano.

10.- Disposición de la cabeza en una forma especial.

Es obvio entonces que el encabezado debe resaltar para atraer la atención, no obstante la forma nunca debe rebasar el contenido del mensaje.

### **3.4 Las imágenes**

La televisión ha hecho que el ser humano se vuelva completamente visual, por lo que los medios impresos no pueden dejar de lado la imagen dentro de sus páginas.

Las imágenes tienen como función principal atraer al consumidor, sin embargo tienen la responsabilidad de ser el soporte visual del lector.

La fotografía es el arma más poderosa por el hecho de capturar un momento de la vida; no obstante existen diferentes tipos de imágenes que se pueden utilizar, dependiendo el contenido del texto.

Si se quisiese instruir al lector sobre cómo hacer algo, un dibujo puede ser lo más efectivo, ya que pueden asumir distintas formas que van desde simples líneas hasta obras de arte.

Por otra parte las ilustraciones son el arma que los diseñadores utilizan para explicar algo; usualmente se ocupan cuando el reportero quiere dar a conocer cifras, siendo utilizadas como gráficas.

De igual manera las pictografías se usan para hacer gráficas y dar más soporte al lector en cuanto a cifras y tiempos.

Sin embargo, las ilustraciones también pueden tomar el rol de entretener al público (como normalmente se ve en los comics).

### **3.5 El color**

*“La forma y el color son elementos básicos en la estimulación visual”.*<sup>13</sup>

El color tiene como funciones principales:

---

<sup>13</sup>Ibidem pág. 257

1. Llamar la atención.
2. Producir efectos psicológicos.
3. Desarrollar asociaciones.
4. Lograr la retención.
5. Crear una atmósfera estéticamente placentera.

### **3.5.1 Llamar la atención**

Llamar la atención del lector no radica sólo en utilizar una gama de colores chillantes que lastimen la vista; el éxito se encuentra en saber contrastar.

Es por ello que usualmente se mezclan colores oscuros y brillantes, ya sea el fondo llamativo y el texto en letras negras o viceversa.

Llamar la atención no sólo consiste en que el consumidor voltee a ver el anuncio o página, sino que al mismo tiempo sienta interés por su lectura.

Cuando se trata de contraste el mejor color es el 'negro', ya que la mayoría de colores alcanzan su máxima intensidad cuando son usados con él; cabe destacar

que el color debe ser utilizado en los elementos de más significación, puesto que el énfasis resalta del contraste.

Esto no quiere decir que sea imposible contrastar sin negro, ya que se puede manejar el contraste en orden descendente de la siguiente manera: complementario dividido, análogo y monocromático.

El esquema complementario dividido busca la utilización de colores opuestos en el disco cromático; es decir, mezclar cálidos con fríos.

Como se puede observar en la **figura 3**, los colores fríos son azulados, tienden a ser relajantes y dar profundidad; mientras que los cálidos son entre rojos y amarillos, lo que los hace estimulantes y llamativos; en el caso del verde y el rojo purpura, al estar entre cálidos y fríos son relativamente naturales.

Ahora bien, la selección de colores tiene que ser cuidadosa, ya que los complementarios saturados pueden llegar a ser perturbadoramente vibrantes.

*“El esquema complementario dividido contrasta tres colores. Se usa un color en contraste con los colores adyacentes a su complementario. Por ejemplo, los complementos divididos del rojo son el amarillo verdoso y el azul verde.*



**Figura 3.- Esquema de colores**

Imagen tomada de internet

*“El esquema análogo utiliza los colores adyacentes a uno u otro en el disco como por ejemplo, el verde, el azul verde y el azul, o el rojo naranja, el naranja y el amarillo naranja. Los colores relacionados son cálidos y fríos. Los colores análogos son menos excitantes que los complementarios puesto que no hay contraste.*

*“El esquema monocromático requiere del uso de diferentes valores y fuerzas de un solo matiz. Generalmente en esta presentación son mayores las áreas de matices*

*débiles y opacos, y las pequeñas áreas brillantes brindan el contraste”.*<sup>14</sup>

### **3.5.2 Producir efectos psicológicos**

Los colores tienden a causar diferentes reacciones en el ser humano de manera inconsciente, por lo que es fundamental conocer el efecto que causan para realizar un diseño con más poder de persuasión.

*¿Qué dicen los colores?*

Amarillo: el color más luminoso, cálido y ardiente de todos, emana luz y juventud; suele representar: egoísmo, celos, envidia, odio, adolescencia, risa, placer, alegría.

El amarillo da fuerza y empuja hacia el futuro, motiva al rendimiento y la atención de un objetivo final.

Rojo: es el color de la pasión, la sangre, la fuerza bruta y el fuego; a pesar de su agresividad expresa mucha sensualidad y virilidad.

Dicho color eleva el pulso, la presión sanguínea y la frecuencia respiratoria; te incita a conquistar el éxito, debido a la fuerza que inspira.

---

<sup>14</sup>Ibidem pág. 259

Azul: Usualmente un color relajante, símbolo de la profundidad, lleva a una sensación de placidez distinta a la calma.

Expresa amistad, fidelidad, armonía, serenidad, sosiego y la virtud, debido a que se le asocia con el mar y el cielo.

Naranja: hipnótico y calorífico, posee gran fuerza activa, radiante y expansiva; es muy acogedor, cálido, estimulante y tiende a ser muy positivo y energético. Puede significar: regocijo, fiesta, placer, aurora y la presencia del sol.

Violeta: es majestuoso y expresa misterio, es el color de la reflexión, la templanza y la lucidez; es melancólico e indica la ausencia de tensión. Puede significar: calma, aristocracia, violencia y engaño.

Verde: es incluso más tranquilo que el azul, evoca la vegetación y la naturaleza en general; es el color de la calma indiferente ya que no transmite ni tristeza, ni alegría, ni pasión.

Puede significar: esperanza, naturaleza, juventud, deseo, descanso y equilibrio.

Blanco: expresa paz, un día soleado, felicidad, pureza, inocencia, divinidad, estabilidad absoluta y calma.

Negro: Símbolo del silencio, del misterio, de lo impuro y lo maligno. Es un color elegante que puede representar: muerte, noche, nobleza, pesar; es poco placentero, ya que se le ve como el punto donde cesa la vida.

Gris: simboliza ausencia de energía, indecisión, duda y melancolía. El gris metálico da la sensación de lujo y elegancia por su asociación con metales preciosos.

### **3.5.3 Desarrollar asociaciones**

La mente humana tiende a asociar ciertos colores con algún tipo de producto específico, por lo que se debe investigar muy bien la función de cada color antes de diseñar alguna página o publicidad, ya que un simple color puede hacer que pierda sentido el diseño.

### **3.5.4 Retener la atención**

El color es esencial para recordar al lector lo que vio o leyó, es por ello que los publicistas ponen mucho empeño en la respuesta que causan los colores, ya que generalmente la mente del ser humano hace referencia a éstos para describir algún objeto o producto.

### 3.5.5 Crear una atmósfera placentera

En el producto impreso los colores deben tener equilibrio, contraste, proporción, ritmo y armonía; una mala selección y aplicación de colores puede incluso repeler al lector a pesar de haber llamado su atención en primera instancia.

*“...El mal uso de un color en un mensaje es peor desde el punto de vista del comunicador que la total falta de uso de colores...”<sup>15</sup>*

Para lograr el equilibrio se tienen que colocar los elementos de forma prudente de acuerdo a su peso; los colores brillantes resultan más ligeros y los oscuros más pesados.

Aquí reaparece el concepto de contraste y la importancia de mezclar fondos oscuros con letras claras y viceversa. Una buena presentación requiere de:

- 1) Colores oscuros y colores claros.
  
- 2) Colores opacos o débiles y colores brillantes.

---

<sup>15</sup>Ibidem pág. 260

### 3.5.6 Consejos prácticos

*“1.- Al usar más de un color, reserve el más oscuro para el mensaje básico y utilice el color o los colores adicionales para dar énfasis o crear una atmósfera.*

*“2.- El color utilizado como fondo de la tipografía debe ser claro para asegurar una fácil legibilidad. En general, entre más pequeño sea el tipo, más claro deberá ser el color. Esto se logra, desde luego, pasando el color a través de una trama.*

*“3.- La tipografía en color requiere cuidado. Algunos colores son demasiado claros incluso para ser utilizados sobre papel blanco, como por ejemplo el amarillo. Si el tamaño de la tipografía es grande, el color tiene una mejor probabilidad de soportar la legibilidad. Sin embargo es más seguro usar tipografía de color para enfatizar unas cuantas palabras en un encabezado”.<sup>16</sup>*

---

<sup>16</sup>Ibidem pág.266

**CAPÍTULO 4.- CREACIÓN DE LA REVISTA  
'UNIVERSITARIO' PARA LA UNVERSIDAD VERACRUZANA**

## **CAPÍTULO 4.- CREACIÓN DE LA REVISTA 'UNIVERSITARIO' PARA LA UNVERSIDAD VERACRUZANA**

### **4.1 Justificación de su creación**

La revista 'Universitario' nació de la necesidad de difundir las investigaciones científicas que se desarrollan en la Universidad Veracruzana, así como las actividades culturales y deportivas; sin dejar de un lado la promoción de futuros cursos, talleres, diplomados, licenciaturas y posgrados en las regiones de Coatzacoalcos y Minatitlán.

Con ella se busca incrementar la popularidad y prestigio de la citada casa de estudios en la región; además de reforzar el orgullo universitario, fungiendo como una revista institucional.

Ésta será difundida en el exterior de la escuela, con el fin de, como ya se dijo, informar a la población de hallazgos y adelantos que pudiesen servir a la ciudadanía en la vida cotidiana.

Cabe destacar que la propuesta salió del secretario académico regional, doctor Adán Falcón Coria, quien en conjunto con el vicerrector, doctor Carlos Ávila Bello, tienen la inquietud, desde hace años, de resaltar los trabajos que catedráticos y alumnos llevan a cabo en esta región, puesto que a pesar de la existencia de la gaceta 'Universo', no se cuenta con un espacio propio que motive y catalice la investigación científica en la zona sur del estado.

La revista estará dirigida a la ciudadanía en general, por lo que sus contenidos serán redactados de tal manera que cualquier lector pueda comprenderlos.

## **4.2 Slogan, contenidos y secciones**

Como ya se mencionó, la publicación tendrá como temas centrales la cultura y la ciencia, es por ello que el slogan de la revista será 'El camino hacia el conocimiento'.

La revista se dividirá en secciones, mismas que tratarán diversos temas y manejarán un género periodístico específico para cada una de ellas, buscando que el lector se familiarice con el estilo de la revista.

Ésta iniciará con 20 páginas que podrían aumentarse dependiendo del éxito que consiga; mientras que su periodicidad será de manera mensual.

### **4.2.1 Portada**

La portada llevará el nombre de la revista, 'Universitario', con letras 'Franklin Gothic Demi Cond' Regular 84, la letra "U" irá en verde y las demás en azul. Inmediatamente abajo vendrá el slogan en 'Britannic Bold' Regular 22.5, mientras que la fecha y número de publicación se pondrá en 'Franklin Gothic Demi Cond' 10, color verde.

Ésta deberá contener el tema principal como portada, anunciándolo como el promocional más grande, es decir: la cabeza del promocional principal será con verde, pero se le aplicará el 'swatches' para tomar un color más claro (esto se hará

en cada promocional), deberá ir en mayúsculas con 'Franklin Gothic Medium Cold' y en 39.171. El texto del promocional será en el verde normal y con la misma fuente pero en minúsculas y en 29.378, justo debajo de él irá un recuadro azul para resaltar la atención y contrastar.

Además del principal irán 3 promocionales más, que se pondrán de la misma forma, pero en 29.154 las cabezas y 21.866 para el texto.

Cabe destacar que sólo se utilizará una fotografía para la portada y ésta será del tema principal.

#### **4.2.2 Carta del vicerrector**

Como en cualquier publicación, la primera página irá destinada al directorio y la carta editorial, misma que será escrita por el vicerrector de la institución y no por el editor en jefe de la revista, con la finalidad de que el mensaje salga desde el interior de la Universidad Veracruzana.

#### **4.2.3 Periódico mural**

La primera sección se denominará 'Periódico mural', ésta buscará invitar a la ciudadanía a los diferentes eventos que se desarrollen en la institución, así como cursos, talleres y diplomados.

Estará en las páginas 2 y 3 de la revista 'Universitario', siendo un espacio en el cual se pondrán las convocatorias de todo el mes.

Es un hecho que cada facultad cuenta con su periódico mural en las instalaciones, sin embargo la información no se difunde en el exterior, por lo que muy pocos aprovechan las ofertas académicas, enterándose generalmente de ellas cuando están por concluir.

En la parte inferior se pondrán los números y correos electrónicos a los que se pueden dirigir para más información o apartar su lugar si así lo desean, además de horarios, precios y lugar en donde se llevará a cabo el curso, conferencia o posgrado.

Esta sección tendrá más libertad que las demás en cuanto a diseño y colores, pues la idea es que sea vistosa, por lo que se buscará el contraste con los carteles que ahí se incluyan. Lo que sí será obligatorio, es para encabezados 'Impact' en su forma regular de 22 a 33; mientras que los textos estarán en 'TW Cen MT' 15 'Bold'.

#### **4.2.4 Ventana a la ciencia**

Esta sección es la más fuerte, pues será la encargada de difundir, por medio del reportaje, las investigaciones científicas realizadas por catedráticos de las distintas facultades.

Se elegirán 1 ó 2 temas a desarrollar, de los cuales el principal estará en la portada de la revista como tema principal (con posibilidad de excepciones si hay algún evento cultural, deportivo o una noticia de gran relevancia) y el segundo aparecerá como promocional, invitando a su lectura (si hay dos).

Las páginas destinadas a esta sección dependerán del número de investigaciones o proyectos que se tengan en la región, comenzando siempre (a excepción de que haya publicidad) en la página 4 y llegando a la 5 en dado caso de que sólo haya un tema para exponerse; si hay un segundo o tercer tema podría expandirse la sección hasta la página 8.

#### **4.2.5 Actualidad UV**

Esta sección contará con las noticias más relevantes de la institución; donde habrá notas sobre inversiones, convenios, planeación de aulas, reconocimientos, apertura de cursos, licenciaturas o posgrados, etcétera.

Dependiendo la relevancia de la noticia, podría llevarse una sola nota en dos páginas y hasta tres en una sola, buscando que no se pierda la estética de la revista; toda información estará acompañada de fotografías que refuercen el contenido. Se le dedicará un mínimo de 4 páginas para que ningún acontecimiento noticioso de gran relevancia quede fuera; siempre irá después de la sección 'Ventana a la ciencia'.

#### **4.2.6 Tiempo cultural**

Aquí se manejarán crónicas o notas sobre, como su nombre lo dice, eventos culturales, es decir: recitales, conciertos, presentaciones de libros, las semanas culturales del Centro de Idiomas, etcétera.

De igual manera se podrán utilizar las entrevistas de semblanza, todo dependerá de qué género periodístico encaje mejor con el hecho noticioso.

Para esta sección se tiene planeado disponer de 4 páginas, mismas que podrían reducirse o aumentar dependiendo de los eventos, pues hay meses en que se llevan a cabo diversas actividades culturales y otros en los que se organizan muy pocas.

#### **4.2.7 Acción deportiva**

Difundirá las actividades deportivas de la institución, ya sea en el interior o exterior de las instalaciones; es decir, equipos con integrantes universitarios que lleven el nombre de la institución y disputen ligas no organizadas por la Universidad Veracruzana, serán publicados.

Para esta sección se darán 2 páginas como mínimo y el número de notas o crónicas por página dependerá de las actividades que se hayan llevado a cabo. Como máximo se pondrán 2 notas para destacar las fotografías en esta sección.

#### **4.2.8 Voz universitaria**

Será un espacio destinado a artículos de opinión escritos por estudiantes destacados; esto con el fin de incrementar el orgullo universitario y hacer que el alumno sienta que su opinión es importante para la institución; de igual manera se busca motivar al aspirante.

Diferentes estudiantes tendrán la oportunidad de escribir cada mes sobre temas de relevancia social. La página 19 albergará esta sección, en caso de publicidad podría pasar a la 18.

#### **4.2.9 Sátira animada**

Será una caricatura que tenga que ver con una noticia relevante sobre la Universidad Veracruzana. Ésta estará en la página 20, misma que es la última de la revista 'Universitario'.

#### **4.2.10 Programa, tipografías y colores seleccionados**

La revista será diseñada en Adobe Indesign CS3, mientras que las fotografías y anuncios publicitarios se editarán en Adobe Photoshop CS3, para posteriormente incluirlos en las páginas.

Para crear una identidad que vincule a la revista con la Universidad Veracruzana, se usarán los colores institucionales en los balazos (verde), encabezados (azul), sumarios (verde), en las etiquetas que indican cuál es la sección y el número de página, así como las tablas de listas, citas textuales y datos curiosos. Las letras de las notas siempre irán en color negro, excepto la capital con que inicia cada nota, ésa irá en azul marino al igual que los descansos con la finalidad de crear un contraste; mientras que los pies de foto podrían colocarse en blanco o negro, dependiendo el color del fondo sobre el cual están. Por otra parte las tipografías empleadas en las tablas serán blancas.

Las claves con las cuales se obtienen los colores de la revista en el programa Adobe Indesign CS3 son las siguientes: para el verde: C=75, M=5, Y=100, K=0; azul: C=100 M=90 Y=10 K=0; y azul marino: C=100, M=90, Y=10, K=0.

Por otra parte las tipografías se utilizarán de la siguiente forma: para los balazos y sumarios Franklin Gothic Medium Cond en 26 y 18 puntos respectivamente; para los encabezados principales, Franklin Gothic Heavy en 51, todo en mayúsculas, mientras que para secundarios y terciarios será en 37 y 29 respectivamente; el crédito de la nota se escribirá con Times New Roman en 'Bolt' y 12 puntos; el origen de la nota llevará la misma tipografía y la misma medida pero en mayúsculas y en su forma regular; el texto de la nota será igual en Times New Roman con 10 puntos; mientras que los descansos serán en 11 puntos, Bold y mayúsculas de la Times New Roman.

Los pies de foto también serán escritos con Times New Roman, pero en su forma 'Italic' y en 10 puntos; en cuanto a las citas textuales resaltadas serán la misma tipografía en su forma 'Italic' con 12.5 puntos, mientras que el crédito de la frase se pondrá con Franklin Gothic Demi en su forma regular en 10 puntos para el nombre y Franklin Gothic Book con las mismas medidas para el cargo.

Las tablas dependerán del espacio que se tenga y la extensión de los datos; podría llevarse, si hay suficiente espacio, en Franklin Gothic Demi 12.5 en altas para la entrada de la tabla y minúsculas para la información; si el espacio es muy corto la letra podría ser Times New Roman en 9 puntos.

Los créditos de foto se pondrán en Times New Roman en 10 puntos a un costado de la imagen; los nombres de la sección se pondrán en blanco con Impact en 27.155 puntos en su forma regular; la fecha se pondrán en Franklin Gothic Demi Cond en 14 puntos y color azul; el número de página se pondrá de la misma manera pero en color blanco.

Las columnas, tanto del vicerrector como las de los estudiantes se pondrán con Tw Cen MT Condensed Extra Bold en 12 puntos, mientras que el crédito irá en la parte de abajo en Times New Roman 16 Bold para el nombre y 11 Regular para el cargo.

### 4.3 Diseño piloto

**UNIVERSITARIO**  
El camino hacia el conocimiento

**BELLO RECITAL**  
Villalobos Brothers  
en Coatzacoalcos

**REVIVE EL SON**  
UV organiza festival de son jarocho

**ES UN HECHO**  
Cires trabaja con energías sustentables

**VISITA DE LUJO**  
Juan Villoro en el Festival de Lectura

**INTEGREX** **TOSHIBA**

**NOTEBOOK TOSHIBA TECRA TONBTA11-SP5003L**  
\$ 1222.00

**NOTEBOOK TOSHIBA SATELLITE TONBSC650-SP6005L**  
\$ 835.00

**NOTEBOOK TOSHIBA SATELLITE L635-SP3001L**  
\$ 972.00

**NOTEBOOK TOSHIBA SATELLITE L655-SP6002L**  
\$ 936.00

**DIRECTORIO**

**DIRECTOR GENERAL**  
Ricardo Trejo Velázquez

**DIRECTOR EDITORIAL**  
Ricardo Trejo Velázquez

**ASesor DE ARTE**  
Luis Alvarado

**CORRECTOR DE ESTILO**  
Ricardo Trejo Velázquez

**DISEÑO DE PÁGINAS**  
Ricardo Trejo

**REPORTEROS**  
Ricardo Trejo  
Josephine Ortigoza  
Heder López  
Bibiana Varela

**FOTÓGRAFOS**  
Ricardo Trejo  
Alberto Ramos  
Felipe Guzmán

**COLABORADORES**  
Katya Estafanía Bozada  
Cecilia Escrivano  
Enrique González

**PUBLICIDAD**  
Ricardo Trejo

**CONTACTO**  
universitario\_uv@gmail.com  
9221201162

**UNIVERSITARIO**  
El camino hacia el conocimiento

**CARTA EDITORIAL**  
VICERRECTOR

**Juan Carlos Avila Bello**  
Vicerrector de la Universidad Veracruzana

**Periódico mural**

**Coatzacoalcos Programa General**

**Talleres 30 de Mayo USBI Coatzacoalcos**  
10:00 a 13:00 hrs. y 13:00 a 15:00 hrs.

**Presentaciones 30 de Mayo USBI Coatzacoalcos**

**Presentaciones 31 de Mayo Parque Independencia**  
A partir de las 17:00 hrs.

**Curso de protección de datos personales**

**LUGAR:** Sala de videoconferencias, USBI

**CONTACTO:** 21-1-57-00

**FECHA DE INICIO:** 8 de junio

**COSTO:** \$3,000

**Modelando la realidad**



**LUGAR:** Sala de videoconferencias, USBI  
**COSTO:** \$1,000

**FECHA DE INICIO:** 17 de mayo  
**CONTACTO:** 21-1-57-00

**Diplomado en Creación Literaria**



**LUGAR:** Sala de videoconferencias, USBI  
**COSTO:** \$850 mensuales

**FECHA DE INICIO:** 8 de junio  
**CONTACTO:** 21-1-57-00

## JORNADAS EUROPEAS

DE LA UNIVERSIDAD VERACRUZANA

### El Parlamento Europeo

22, 23 Y 24 de Mayo de 2013

#### Jornadas Europeas

LUGAR:	FECHA:	CONTACTO:	COSTO:
Usbi Coatzacoalcos	22, 23 y 24 de mayo	21-1-57-00	Gratis

1 Septiembre 2013 | UNIVERSITARIO | 03

## Ventana a la ciencia

# CIENCIA SUSTENTABLE

CIRES BUSCA CONSOLIDACIÓN

El Cires trabaja con la finalidad de crear proyectos que sustituyan las fuentes energéticas de la UV

Por: Cecilia Escribano  
COATZACOALCOS

El Centro de Investigación de Recursos Energéticos y Sostenibles (Cires) de la Universidad Veracruzana (UV) realiza una serie de proyectos de investigación en materia de energías sustentables, en los cuales participan 12 estudiantes por semestre como investigadores.

Jorge Alberto Andavéde Arredondo, coordinador general del Cires, comentó que el proyecto del metro denominado "Diseño y construcción de un prototipo para generar energía aprovechando el aire desplazado por los trenes en movimiento", a cargo de Carlos Rivera Blanco, cuenta con dos líneas de investigación.

La primera es aprovechar la circulación del aire dentro del interior de los túneles del metro de la ciudad de México, donde ya se han hecho mediciones y se ha obtenido una evaluación del potencial energético. Informó que como parte del proyecto, el lunes 30 de enero iniciaron los primeros aerogeneradores que producen electricidad.

La segunda línea de investigación es el acondicionamiento climático, debido a que en algunas estaciones del metro se cuenta con altas temperaturas y en otras altas, se evaluará los procesos de intercambio de calor, para ello se hará la experimentación dentro de las instalaciones del metro con la finalidad de probar cuáles son los mejores mecanismos de intercambio de calor con el interior de la tierra.

Otro proyecto es el que se tiene con la empresa Meschem, enfocado en la licitación de cires; ya se realizó la simu-



Estudiantes de la UV son participantes de los proyectos del Cires.

Posteriormente, el deseo de expandirse no sólo a otras regiones sino también a otros países. Hizo que se buscaran contactos en el extranjero. Cuba sería el primer objetivo y la Universidad de Matanzas permite la creación de la muestra en termoelectricidad industrial.

"La UV apoya a la creación de la maestría y por cuestiones de logística y disponibilidad de tiempo la tienen los directivos de Ciencias Químicas, quienes se dan cuenta de su importancia", dijo.

El grupo de investigadores del Cires comenzó a formarse por iniciativa del ingeniero Ciro Castillo, el maestro Alfredo González Fuente Villa y el doctor Carlos Castillo, hizo que se impartiera un diplomado en energía, el cual fue un parte aguas para la facultad.

"Hubo un gran número de asistentes tanto de la UV como de la industria petrolera, a raíz de ese diplomado se dio la importancia en el aspecto energético a la región Coatzacoalcos-Minatitlán", recordó Carlos Octavio Rivera Blanco, investigador de la facultad de Ingeniería y miembro del Cires.

Posteriormente, el deseo de expandirse no sólo a otras regiones sino también a otros países. Hizo que se buscaran contactos en el extranjero. Cuba sería el primer objetivo y la Universidad de Matanzas permite la creación de la muestra en termoelectricidad industrial.

"La UV apoya a la creación de la maestría y por cuestiones de logística y disponibilidad de tiempo la tienen los directivos de Ciencias Químicas, quienes se dan cuenta de su importancia", dijo.

El grupo de investigadores del Cires comenzó a formarse por iniciativa del ingeniero Ciro Castillo, el maestro Alfredo González Fuente Villa y el doctor Carlos Castillo, hizo que se impartiera un diplomado en energía, el cual fue un parte aguas para la facultad.

"Hubo un gran número de asistentes tanto de la UV como de la industria petrolera, a raíz de ese diplomado se dio la importancia en el aspecto energético a la región Coatzacoalcos-Minatitlán", recordó Carlos Octavio Rivera Blanco, investigador de la facultad de Ingeniería y miembro del Cires.

*"La idea de crear el Centro de Investigación de Recursos Energéticos y Sostenibles no es nueva, es consecuencia de una serie de pasos que se han venido dando; actualmente nuestro rector apoya la idea que un grupo de Ingeniería le presentó a fines de 2010 y se da la aprobación"*

**JORGE ALBERTO ANDAVERDE**  
COORDINADOR DEL CIRES

En octubre de 2011 se consolidó la creación del Cires. Jorge Alberto Andavéde Arredondo fue nombrado coordinador general e hizo el compromiso de generar investigaciones que resolvieran problemas de la sociedad, la industria y el estado. Agregó que el Cires se dedicará al desarrollo de iniciativas propias surgidas del quehacer diario de crear, preservar y difundir el conocimiento.

**PREVIENDO A FUTURO**  
A mediano plazo los miembros del Cires planean consolidarse como un grupo fuerte en el que se lleve a cabo investigación en las áreas de energías tanto renovables como no renovables, además de formar fuertes vínculos y redes de investigación con otras universidades.

**SEIS NUEVOS PROYECTOS**  
Biocombustibles: Se pretende encontrar nuevas especies para extraer aceite, se buscará la colaboración de la facultad de Ingeniería en Sistemas de Producción Agropecuaria (Fispa), conocedores de la región de Los Tuxtlas, para que propongan un inventario de las posibles especies productoras del aceite. "La conveniencia para este tipo de proyectos es que se pueda extraer fácilmente y que exista una buena cantidad de plantas".  
Refrigeración: A cargo de Carlos Octavio Rivera y José Vidal, el proyecto

Los estudiantes buscan la manera de aprovechar el calor de la tierra

Silva.  
Este proyecto pretende sustituir los climas o pre-entinar para utilizarlos en menor cantidad, beneficiaria a los usuarios por su bajo costo y representa un modelo genérico de coparticipación con los que ya existen, en fin de disminuir el consumo de energía eléctrica.

**Energía eólica:** Se cuenta con un convenio de colaboración con el Instituto de Investigaciones Eléctricas de Cuernavaca y el responsable del proyecto es Orestes Rodríguez Cruz. Se enfoca en dos grandes líneas: en primer lugar, la evaluación de recurso energético para la generación de electricidad, en estos momentos ya se montó una torre en el campus Coatzacoalcos donde se mide temperatura, humedad y las condiciones de velocidad de viento; el objetivo es evaluar el recurso eólico con fines de generación de energía eólica.

**Evaluación energética:** Los responsables son Antonio Benítez y Ernesto Rodríguez, quienes lo enfocan en las condiciones de aporte de calor que se puede tener durante la combustión de la materia que se desecha en los ingenios, y que ese calor que se genera pueda servir para el proceso de la azúcar.

Agregó que el compromiso de la UV y del Cires es con el entorno social y preferentemente con los que menos tienen, "la Universidad utiliza los recursos del pueblo para el bien del pueblo".

1 Septiembre 2013 | UNIVERSITARIO | 05

## Actualidad UV

# » INSTRUCTORA DE LUJO DESMITIFICANDO LA HISTORIA

Mónica Lavín partirá el mes del 'centro' en el diplomado Creación Literaria.



Mónica Lavín habla sobre su trayectoria como escritora

Por: Ricardo Trejo  
COATZACOALCOS

La escritora mexicana Mónica Lavín, quien impartirá el primer módulo del diplomado de Creación Literaria en la Universidad Veracruzana, platicó sobre su experiencia como escritora y sus dos últimos novelas: "Yo la peor" y "Las rebeldes".

En entrevista, la también columnista de "El Universal" manifestó que la novela histórica tiene un papel muy importante, puesto que trata de desmitificar al personaje del que se está hablando, sacarlo del olvido, o bien, darle voz a los anónimos.

"Hay que imaginar, la historia no está imaginada, está sentando hechos, creo que hay que respetar los hechos que están documentados, no hay que transformarlos, no los vas a alistar, puedes jugar con eso, pero es un riesgo distinto", señaló.

La que fue galardonada con el Premio Nacional de Literatura "Gilberto Owen" en 1996, señaló que la novela histórica trata de hablar de lo que fue posible que ocurriera.

**SUS OBRAS**  
"Yo la peor" trata de la vida de Sor Juana Inés de la Cruz; una de las mujeres más importantes y trascendentes de la historia mexicana; mientras que "Las rebeldes" relata la vida de Leonor Villegas de Magnón, una mujer olvidada por los historiadores de la cual sólo habían unos escritos hechos por

**TODAS SUS OBRAS:**

- Cuentos de descuento y otros (1986)
- Nicolasa y los encajes (1991)
- Retazos (1996)
- Tomada de un viejo amor (1996)
- Ruby Tuesday no ha muerto (1996)
- La más faulera (1997)
- La isla blanca (1998)
- Planeta azul, planeta gris (1998)
- Cambio de vías (1999)
- Por sevillanas (2000)
- Gafas cortado (2001)
- Uno no sabe (2004)
- Despertar los apetitos (2005)
- Hotel Ilumbo (2008)
- La corredora de Cuernavaca y el aficionado a Schubert
- Yo, la peor (2009)
- Las rebeldes (2011)
- Manual para enamorarse (2013)

*"Hay que imaginar, la historia no está imaginando, está sentando hechos... creo que hay que respetar los hechos que están documentados, no hay que transformarlos, no los vas a alterar, puedes jugar con eso, pero es un riesgo distinto"*

**MÓNICA LAVÍN**  
ESCRITORA

ella misma en posesión de su nieta. Villegas de Magón decide escapar de su casa para unirse a la Revolución junto con otras mujeres, trabajando para la Cruz Blanca Comunitaria.

Cabe destacar que estas dos obras fueron escritas consecutivamente sin descanso, "me fui de corrido porque la de 'Yo la peor' me dio un entusiasmo para documentar, analizar, organizar y encontrar una estrategia para narrar", resalió.

**EL CUENTO**  
Sobre su participación como instructora del módulo correspondiente al cuento expresó que este género literario tiene una esencia provocadora, pues su brevedad cívica puede complicar al lector. Cabe destacar que recientemente presentó 'Manual para enamorarse', un libro que está conformado por una colección de cuentos cortos que hacen referencia al amor, la pasión y el deseo.

Su trayectoria en este género literario es tan reconocida en Latinoamérica que el

pasado miércoles 29 de mayo fue presentada su antología de cuentos 'Uno no sabe y otras subidas' en Panamá, como un acercamiento cultural entre ambos países.

De igual manera estuvo presente para ejercer como jurado del Premio Cen-

troamericano de Literatura 'Rogelio Simán', en la categoría de cuento.



Yo la peor, Las rebeldes y Manual para enamorarse son los últimos 3 libros publicados por Mónica Lavín.

**Actualidad UV**

**CARLOS ÁVILA BELLO**  
VICERECTOR

*los recursos que tenemos van llegando a veces a cuenta gotas, todavía nos deben recursos de ejercicios pasados que dificultan la ampliación de la matrícula*

Un total de 5 mil 333 estudiantes se presentaron al examen de admisión.

**» SÓLO EL 46% INGRESA HACEN FALTA RECURSOS**

Debido a la falta de apoyo por parte del gobierno estatal, la UV no puede ampliar su matrícula

Por: Joseyue Ortigoza  
COATZACOALCOS

Desde millonaria del gobierno estatal con la Universidad Veracruzana podría estar teniendo el desarrollo de mayor infraestructura y ampliación de la matrícula estatal, así lo dijo a conocer Carlos Ávila Bello, vicerector de la Universidad Veracruzana (UV).

En entrevista comentó que cada año se encuentran con un número indeter-

minados los diversos campus que hay en el estado, pero ante la falta de espacios no es posible aceptarlos.

Detalló que "lo ideal sería poder recibir a todos, todos tienen ganas de estudiar", pero lamentablemente de los 5 mil 333 que presentaron exámenes en los campus Minatitlán y Coatzacoalcos, sólo el 46% de ellos podrá tener un lugar.

Ávila Bello explicó que esta situación es difícil "porque no tenemos los recursos suficientes, los recursos que tenemos van llegando a veces a cuenta gotas, todavía nos deben recursos de ejercicios pasados que dificultan la ampliación de la matrícula", así como la construcción de aulas y contratación de maestros.

En ese sentido, agregó que la deuda que se tiene con el gobierno oscila entre los mil millones de pesos; cifra que está desde que se terminó el gobierno de Fidel

Herrera por lo que al entrar el nuevo gobierno se hizo un convenio con la administración de Javier Duarte, la cual se ha ido poco a poco mejorando.

**BUSCAN MEJORAR**

El vicerector de la Universidad Veracruzana resaltó que ante estas dificultades se ha buscado ir creciendo, algo que se puede constatar con la terminación de la construcción de las aulas de Coahuila, Cancun, Quincimé e incluso un gimnasio para maestrías y alumnos.

Agregó que también se encuentran en el proceso en el que buscan que los académicos que integran la plantilla de docentes aprendan a ser profesores de alto nivel, "que sepan que vienen a hacer funciones fundacionales en la ciudad, docencia, investigación, instaurar, vinculación y gestión".

**» PULEN SU REDACCIÓN EGRESAN PREPARADOS**

Llega a su fin el diplomado de Ortografía, Gramática y Redacción de la Lengua Española

Por: Ricardo Trejo  
COATZACOALCOS

Tras 10 módulos equivalentes a un año de aprendizaje, alumnos que cursaban el diplomado de Ortografía, Gramática y Redacción de la Lengua Española, finalizaron el curso que los ayudó a pulir sus habilidades en la escritura, mismas que trasladarán a sus respectivos entornos laborales.

Durante este diplomado los estu-

diantes reforzaron la utilización de los signos de puntuación, estructura gramatical y la eliminación de vicios del lenguaje; así como aprender la forma en que debe redactarse algún texto académico, periodístico y literario.

Al curso ingresaron profesionistas de ramas tan variadas como pedagogía, educación, comunicación, periodismo, derecho, medicina, ingeniería e incluso una estudiante de preparatoria. El diplomado se impartió de manera presencial por medio de video conferencia interactiva en las regiones de Veracruz, Xalapa, Coatzacoalcos, Poza Rica, Orizaba y la UNAM.

En próximas fechas iniciará el diplomado de Creación Literaria, mismo que se impartirá de la misma forma en la USBI, y en el que estarán instructores de la talla de Javier Sicilia y Mónica Lavín.



El diplomado se impartió por video conferencias interactivas en la USBI Coatzacoalcos.

**Actualidad UV**



En este proyecto participaron docentes, personal administrativo y alumnos.

**CREAN CONCIENCIA**

Por: Joseyue Ortigoza  
COATZACOALCOS

Alumnos de la facultad de Contaduría y Administración del grupo LA 401 de la Universidad Veracruzana, realizaron un proyecto de recolección de papel, cuyo nombre fue de 'Recycling', el objetivo de esta campaña era reunir el papel para que éste finalmente sea reutilizado.

El proyecto que formó parte de la materia de Mercadotecnia, tuvo como objetivo crear conciencia en el doble uso del papel, y el de reforzar la sustentabilidad. En la recolección padieron captar al menos 150 kilos gracias al apoyo de tres grupos de la Universidad Veracruzana.



El público llenó las instalaciones de la USBI.

**» PONEN A BRINCAR A LA UV GRAN ESPECTÁCULO**

Los Aguas Aguas amezoraron el Festival de la Lectura 2013

Por: Ricardo Trejo  
COATZACOALCOS

Con una rítmica mezcla de reggae, jazz, cumbia y son jarocho. Los 'Aguas Aguas' hicieron vibrar a los espectadores que se dieron cita en la USBI Coatzacoalcos el pasado lunes 10 de junio en el Festival de la Lectura 2013, donde interpretaron temas de su más reciente producción discográfica, 'Two, three karate moves'.

Sobre su participación en el festival, Manuel Monforte, trompetista de la agrupación, manifestó que usualmente co-

laboran en diversos proyectos de la Universidad Veracruzana (UV), puesto que algunos de ellos son egresados de dicha casa de estudios, mientras que otros dan clases en la facultad de Música.

De igual manera aprovechó para presentar su primer álbum, 'Easy and tropical machine', publicado en 2011, con 'Two, three karate moves', mismo que salió a la venta en diciembre del año pasado. 'Hay más fisiones, un dúo, cumbia y mucho son jarocho...'. Estamos manteniendo el discurso más amplio sobre lo que estamos viviendo', resaltó el trompetista, quien agregó que en ese lapso maduraron como banda.

**LETRAS FUERTES**  
Por su parte, Denamis Cesáreo Arzuelo Reyes, quien es compositor, guitarrista, requinto jarocho y vocalista, señaló que en

esta nueva producción los temas contienen letras 'fuertes' sobre la situación que vive el estado veracruzano.

"Algunos nos tocaron el contacto directo con la policía, el ejercicio algún secuestrado o algún muerto, simplemente por andar en la calle les tocó un fuego cruzado o los confundieron; cosas que a cualquiera le pueden pasar en la actualidad", expresó.

Relató que a un lado de su casa en Xalapa tuvo una vida militar y que eso los hacía vivir con más preocupaciones, puesto que los militares molestaban a su pareja, y a él lo revolvían con frecuencia. "No podíamos salir de la calle si ellos hacían operativo. Estando en mi casa llegaba la banda y nos poníamos a escribir sobre eso y salieron unas letras fuertes."

"Más que nada era como expresar esa preocupación que tienes, uno a veces

El disco termina con algo de mucho amor, empieza con algo fuerte pero termina con una canción de niños. Es como decir 'si quiero decir algo, pero a la vez no quiero decir nada', es una forma de sacar esta frustración y no agarrar una pistola o un machete

**DEMMSI CESAREO**  
MÚSICO



Demmsi Cesareo entretiene al público con su voz. FOTO | Ricardo Trejo

no sabe la magnitud o cómo pueden tomar esa canción o cómo pueden interpretarla, a veces todos tenemos una forma diferente de interpretar las canciones", dijo.

**UN CAMBIO RADICAL**  
Arenal Reyes, quien egresó de la facultad de Educación Física de la Universidad Veracruzana, explicó que a pesar de la crudeza de los temas iniciales de su álbum, la última canción va dirigida al público infantil, pues ésta va dedicada a su difunta hija.

"El disco termina con algo de mucho amor, empieza con algo fuerte pero termina con una canción de niños. Es como decir 'si quiero decir algo, pero a la vez no quiero decir nada', es una forma de sacar esta frustración y no agarrar una pistola o un machete", finalizó el músico, previo al concierto.

**DISFRUTAN EL ESPECTÁCULO**  
El concierto tuvo gran aceptación no sólo del público universitario, sino también de jóvenes de distintas partes de la región que acudieron a la USBI Coatzacoalcos para disfrutar del ritmo de Los Aguas Aguas.

Cabe destacar que la agrupación dará una gira por Europa que pasará por ciudades como Amsterdam, Holanda; Zaragoza, España y Lisboa, Portugal.



Los Aguas Aguas tocan sus viejos y actuales temas. FOTO | Ricardo Trejo



El nombre del álbum, 'Tus, three karate moves', surgió porque un amigo de éllos decía cuando alguien le caía mal "le damos dos, tres karatecos nauticos". FOTO | Agustina



**» DESCONFIANZA EN LOS POLÍTICOS INVITA A LA LECTURA**

Juan Villoro se presentó en el Festival de la Lectura 2013

Por: Josefina Orizaga  
COATZACOALCOS

La mañana del lunes 10 de junio estuvo de visita en la ciudad el escritor y periodista Juan Villoro, quien compartió con estudiantes y ciudadanos algunos anécdotos, todo esto en el marco del Festival de la Lectura 2013.

Con gran humor, el autor de obras como "El libro salvaje" y "Dios es redondo", recordó algunas historias de su infancia y de sus inicios como escritor, donde resaltó lo importante que fue para él la lectura, algo que comenzó ya de grande.

Después el evento que se llevó a

cabo en la USBI, invitó a los presentes a leer, ya que la "lectura es felicidad" y comprende toda una aventura en la que nos adentramos a un depósito del saber.

En su intervención, hizo hincapié en que la sociedad en la que vivimos está acostumbrada a que se comience a leer en la escuela, algo que debería fomentarse desde casa, con la familia, para que desde niños tengamos esto como un gesto de cariño, como algo que todos queremos compartir.

**'CUIDADANAR LA POLÍTICA'**

Entre otros temas, Juan Villoro, también externó su pensar respecto al lanzamiento en las redes sociales del "Candidato Merito", personaje peculiar que se ha dado a conocer en las últimas semanas.

"Este contagio... es una nueva forma de comunicación y hay que estar atentos, pase lo que pase ya ganó una victoria simbólica, no a un gobierno pero sí a uno que no se tiene un candidato preferible",

expresó el escritor, quien dijo que ante los políticos de ahora hay un desdén y una decepción generalizada.

Concretó que actualmente la función de un político es mal vista y esto se debe en gran parte a que la política es manijada meramente como representativa, ya que una vez que se sale de las urnas, el candidato elegido muchas veces hace lo que quiere.

En este sentido, ejemplificó el caso de Felipe Calderón, quien nunca expresó su estrategia de la guerra en contra del terrorismo durante su candidatura, sin embargo lo puso en función, afectando a los mexicanos, de los cuales mencionó hasta la fecha 30 mil están desaparecidos y otros 30 mil ya están muertos.

Por estas razones dijo que los ciudadanos tienen un gran desafío, el "cuidadunar la política", que de esta manera se creen espacios de presión, que piden a los políticos un ejercicio público transparente.

**iPhone**

**INTEL**  
Vivir primeros el futuro



Los tres violinistas interpretaron sus melodías con gran intensidad, portando sus instrumentos realizados por ellos mismos. FOTO | Ricardo Trejo

**» TALENTO UNIVERSITARIO EN TAJÍN CONQUISTAN SU TIERRA**

Villalobos Brothers tocó en Coatzacoalcos sus mágicas melodías

Por: Ricardo Trejo  
COATZACOALCOS

Con una mezcla de música clásica, jazz, blues, pero sobre todo el sonido folclórico mexicano, los Villalobos Brothers se presentaron en el Teatro de la Ciudad, para deleitar al público con las dulces melodías provenientes de sus violines.

Luis, Alberto y Ernesto Villalobos egresaron de la facultad de música de la Universidad Veracruzana, posteriormente estudiaron en Frankfurt, Alemania; Nueva York, y Bruselas, Bélgica respectivamente.

Actualmente presentan su segundo álbum, llamado "Alma of extraordinary ability", nombre que fue inspirado, según comentó Alberto Villalobos, porque fue la vida que les asignaron en Estados Unidos al ser extranjeros de habilidades extraordinarias.

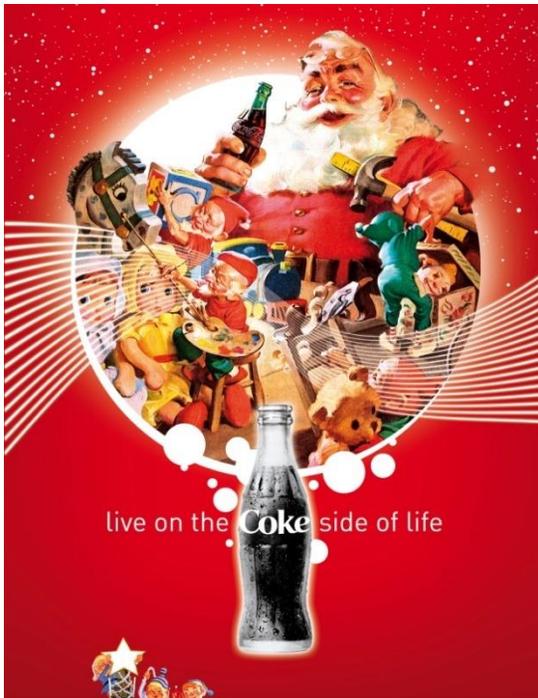
"Se nos hizo ómnico y relevante porque todos tenían esa categorización por parte del departamento de estado".

**VIAJAN AL TAJÍN**  
Tras 8 años de tocar juntos y darse a conocer en diversas partes del mundo, Villalobos Brothers tuvo la oportunidad de estar en la Cumbre Tajín abriendo a Julieta Venegas

y Los Tigres del Norte el 25 de marzo, gracias a que ganaron el concurso "Tu banda en Cumbre Tajín", donde participaron más de 200, según explicó Luis Villalobos.

"Vimos la convocatoria y decidimos nosotros, vimos que uno de los requisitos era que la mayoría fueran veracruzanos y dijimos 'oyé, tres hermanos veracruzanos, Humberto de Fortín de las Flores, Julián la percusionista también veracruzana', dijimos 'claro hay que meterlo'", recordó.

El ser ganadores de dicho concurso les abrió las puertas de México, pues iniciaron con su gira por el Distrito Federal, pasando por Coatzacoalcos, Xalapa y posteriormente la Cumbre Tajín. "Estamos muy contentos de poder traer todo esto a México", finalizó el menor de los hermanos, antes de iniciar el recital que envolvió al público de Coatzacoalcos con su dulce armonía.



## Tiempo cultural

# » UNA FIESTA PARA LOS VERACRUZANOS

## ¡VIVE EL SON JAROCHO!

Con la finalidad de revivir las tradiciones en la región, la Universidad Veracruzana realizó el festival '¡Qué viva el son!'

Por: Ricardo Trejo  
COATZACOALCOS

Con los ritmos tradicionales de la región y un gran espectáculo de zapateado, se inauguró de manera oficial el festival '¡Qué viva el son!', organizado por la Universidad Veracruzana en las instalaciones de la USB Coatzacoalcos. Dicho festival fue llevado a Poza

Rica, Papantla y Espinal, pasó por Coatzacoalcos y posteriormente a Boca del Río, Veracruz y Xalapa.

Sobre esto, la directora general del área académica de Artes de la Universidad Veracruzana, Guadalupe Barrientos López, comentó que se busca revivir las tradiciones de la región, pues en la actualidad no existen espacios destinados para el son jarocho.

Las familias donde se encuentran, en la plaza comercial, a nuestro público, una manera de ver la vida y disfrutarla, tienen que ir a pasear a la plaza comercial, la universidad está abriendo un espacio para la comunidad y eso es muy importante, porque hemos perdido esos espacios públicos donde las familias disfrutaban de la vida', manifestó.

**EL ITINERARIO**  
El jueves 30 de mayo inició el festival con una conferencia impartida por el doctor José Luis Arauz, denominada 'Breve historia del arpa', posteriormente se llevó a cabo la conferencia 'Antología del son jarocho', así como la presentación del disco 'Liche Ochejira', más tarde se inauguró la exposición fotográfica 'Som de imágenes', y se hizo una muestra de trajes tradicionales.

La inauguración oficial del evento fue a las 20:00 horas, donde estuvo como invitado el regidor tercero, Salvador Hernández Castro, y en la cual el vicerrector de la Universidad Veracruzana, doctor Carlos Avila Bello, dio las palabras para que posteriormente el grupo organizador de Coatzacoalcos 'Los Pajaros del Alba' inauguraran la velada.



16 UNIVERSITARIO | Septiembre 2013



## Acción deportiva

El equipo está integrado sólo por universitarios.

» SUMAN 2 AL HILO

## PODER UNIVERSITARIO

UV derrota en 2 sets a Nike en la Liga Satelita de Voleibol

Por: Ricardo Trejo  
COATZACOALCOS

INTEGRANTES	
David García	José Salas
Rafael Arias	Alonso Arias
Ricardo Calzada	Rogelio Gasca
Arturo Barros	Alexander Joaquín
Luis Villagas	



El equipo defendió con intensidad.

Con un juego perfecto, la seta de la Universidad Veracruzana (UV) derrotó en un sólo 2 sets a Nike, en cotejo correspondiente a la segunda fecha de la categoría varonil de la Liga Satelita de Voleibol, disputado en la cancha de Rancho Alegre.

Desde el primer set el conjunto de la UV salió con un planteamiento en el cual bloquearon de forma efectiva varios intentos de los contrarios, así como oponiéndose jugadas impresionantes que culminaron con el balón clavado en la cancha rival.

Ya en el segundo set los universitarios no le dieron oportunidad a Nike de reaccionar y vencieron por 25-19, sumando su segunda victoria consecutiva.



## Acción deportiva

» LOS HALCONES DE LA UV SON LÍDERES

## VUELAN EN LA SATELTA

Halcones amansa a Pit Bull en la jornada 13

Por: Ricardo Trejo  
COATZACOALCOS

Los Halcones de la Universidad Veracruzana se mantuvieron en el liderato de la tabla general de la categoría mixta de primera fuerza de la Liga Satelita de Voleibol, tras vencer en la jornada número 13 al conjunto de Pit Bull en dos sets en los cuales dominaron con facilidad y demostraron por qué son el equipo favorito para

consagrarse campeón esta temporada. El duelo comenzó con un dominio innecesario de parte del conjunto de la Universidad Veracruzana, mismo que no permitió que los contrarios colocaran el esférico en su área y con bloques sumaron varios puntos, arrastrando en el primer set por 25-16.

En el segundo lapso los cames intentaron reaccionar, y aunque le consiguieron el juego a los 'Universitarios', éstos levantaron el vuelo y recuperaron el control de las acciones, culminando el set con un marcador favorable de 25-21, con lo cual no tuvieron la necesidad de disputar un tercer capítulo definitivo.

### TABLA DE POSICIONES:

- 1.- Halcones 27 puntos
- 2.- Guavinas 23 puntos
- 3.- Pit Bull 21 puntos
- 4.- The Punisher 20 puntos
- 5.- Servator 18 puntos
- 6.- Leones 14 puntos
- 7.- PPK 11 puntos
- 8.- XTR-PRO 10 puntos

# ¿QUÉ ES EL DENGUE?

El dengue es un problema creciente para la Salud Pública mundial debido a varios factores como el cambio climático, el aumento de la población mundial en áreas urbanas de manera acelerada y no planificada, la inadecuada recolección de residuos y la acumulación de recipientes que favorecen la cría de mosquitos. A estos factores se suman el riesgo por viajes y migraciones a zonas endémicas y el control insuficiente de los vectores, todos elementos que impactan en la proliferación de esta enfermedad.

La enfermedad es causada por un virus que se transmite a través de la picadura de mosquitos infectados, principalmente de la especie *Aedes aegypti*, lo que convierte al control del mosquito en una herramienta fundamental para la prevención. Esta enfermedad viral no se contagia de persona a persona, ni a través de objetos, ni por vía oral, respiratoria o sexual.

Existen cuatro variantes del virus del dengue, los serotipos 1, 2, 3 y 4, y cualquiera de ellos puede producir formas graves de la enfermedad e inclusive la muerte. Puede existir inmunidad a un serotipo del cual ya hubo infección, por lo que si llega otro mosquito y pica a la misma persona, este puede ser ya INMUNE ante el virus.

El dengue causa síntomas



como los de la gripe que remiten en pocos días en algunos pacientes. Puede presentar fiebre, dolor en huesos, articulaciones, dolor detrás de los ojos y en la cabeza, manchas rojizas en brazos y piernas. En la forma severa de la enfermedad requiere hospitalización por complicaciones, incluyendo hemorragias graves, que podrían ser letales. Debemos resaltar que el dengue puede tener varias presentaciones y no va a ser igual en todas las personas, por lo que la manifestación clínica va a depender de la edad, del serotipo que haya picado y de su estado inmunológico.

## Voz universitaria

### MEDIDAS PREVENTIVAS:

- Cambiar con frecuencia el agua de jarrones, floreros, peceras y bebederos de mascotas.
- Desaguar los canchales y recipientes para que fluya el agua de lluvia.
- Impedir que los recipientes en uso acumulen agua.
- Mantener boca abajo los recipientes que no utilices. Hacer agujeros de drenaje a las macetas y colocarles arena y/o piedra.
- Desechar los objetos inservibles capaces de acumular agua de lluvia (sacosteros viejos, latas, botellas, juguetes y frascos).
- Mantener tapados los tanques de agua de las viviendas.

El estado de Veracruz lidera, junto con Tabasco y Nayarit, las entidades con mayor número de casos de dengue, por lo que concierne informar a la población acerca de esta enfermedad viral tan prevalente. Se debe tener en cuenta que las vacunas están todavía en fase de investigación, por lo que la mejor manera de prevenir esta enfermedad es reafirmando las medidas preventivas que son principalmente no tener botes con agua en las casas, cuidar que en los mosquitos no queden restos de agua tras las lluvias o después de regarlos, vigilar la entrada de insectos al hogar, tratando de poner cualquier tipo de barrera para evitarlo, éstos pueden ser mosquiteros o abate.

Katya Estefania Bozada Gutiérrez  
Estudiante de la Facultad de medicina, campus Minatitlán

## Sátira universitaria



imageX Innovación digital para la industria gráfica

hp PRINT RESPONSIVELY

Imprima pensando en el **Medio Ambiente** y convierte tu empresa en LÍDER EN TECNOLOGÍA.

- SEA ECOLÓGICO, MEJORE EL AMBIENTE DE TRABAJO DE SUS OPERADORES
- VERSATILIDAD INIGUALABLE DE UN SISTEMA DE IMPRESIÓN ÚNICO
- IMPRESIÓN FÁCIL, AUTOMÁTICA Y DE BAJO MANTENIMIENTO

Impresora HP DesignJet L25500

Catálogo <sup>03</sup>  
**telcel**  
MARZO-ABRIL 2012 | PRIMAVERA

Conéctate desde cualquier lugar con **Internet telcel**

La nueva gama de **Sony Ericsson**

**NOKIA LUMIA 800**  
DIVERSIÓN AL ALCANCE DE TUS MANOS

Conoce a detalle el **iPhone 4S**

**Planes Telcel:** ahorro a tu medida

telcel

#### 4.4 Presupuesto

Este proyecto deberá financiarse por sí solo, así que tendrán que venderse como publicidad un mínimo de 2 páginas por mes, más la contraportada y las caras internas de la portada y contraportada.

Los precios para las páginas serán de \$6,000 pesos, las caras internas se venderán en \$7.000 pesos, mientras que la contraportada tendrá un costo de \$8.000 pesos;esto suma un total de \$34,000 pesos.

La revista se imprimirá en la Editorial Robles con las siguientes características: 20 páginas más 2 forros a selección de color por ambos lados 4/4 en papel couche brillante de 200 gramos para las pastas y 100 para interiores, con barniz U.V. y acabado de engrapado, con un tiraje de 1000 ejemplares, lo cual arroja un costo de \$13,500 pesos.

Como se pretende principalmente difundir la información al exterior de la institución, los 1000 ejemplares se encartarán en el Diario del Istmo, esto por un costo de \$2,043 pesos.

En cuanto al personal sólo sería necesario uno que funja como el director, diseñador y corrector de estilo, y otro más que haga las caricaturas, pues la información siempre es redactada por la coordinadora de Comunicación Universitaria y se podrían sumar practicantes y servicios sociales a este proyecto.

El director tendrá un salario de \$15,000 pesos mensuales y a quien se encargue de realizar la caricatura se le darán \$500 pesos por su colaboración.

En total, con gastos de impresión, circulación y salarios, se tiene un costo de \$31,043 pesos, de los \$34,000 que se tienen como presupuesto, lo restante podría ser utilizado para papelería o ser guardado en una cuenta especial para cuando sea necesario disponer de él.

## Conclusión

La investigación realizada servirá como base del proyecto que se pretende desarrollar para la Universidad Veracruzana.

Era fundamental conocer la evolución de los medios, así como la utilización de las artes gráficas para crear una estructura agradable para el público, tanto en información como en diseño.

Los géneros periodísticos serán explotados para la creación de contenidos que expliquen los hallazgos y adelantos científicos de la Universidad Veracruzana.

Gracias a la indagación que se hizo para este proyecto, ya se determinaron los géneros periodísticos que se utilizarán y se pretende mezclarlo con los géneros complementarios para desarrollar contenidos que no dejen dudas abiertas.

Asimismo, se espera que este trabajo sirva para futuras generaciones que pretendan crear su propio medio de comunicación impreso, basándose en los conceptos que aquí se manejan.

Sin duda el fracaso de muchas empresas periodísticas que se llevan a cabo en Coatzacoalcos es inminente porque previo a su creación no se tiene una idea clara de lo que se quiere lograr, pues muchas veces los contenidos son muy pobres y generalmente el diseño de estas publicaciones es desagradable.

Son muy pocas las revistas que duran más de 3 años en circulación en Coatzacoalcos y se espera que este campo comience a ser explotado, pues la revista siempre tiene la ventaja de la especialización y le puede brindar más relevancia a temas específicos que en los periódicos pasan a segundo término como: deportes, ciencia y cultura.

## BIBLIOGRAFÍA

ALCOBA, Antonio. Cómo hacer periodismo deportivo. España. 1993. Editorial Paraninfo. 196 p.

BRCOKFIELD, Karen. La escritura. México. 2000. Biblioteca Visual Altea. 150 p.

CALVO, Manuel. Periodismo Científico. España. 1992. Editorial Paraninfo. 172 p.

CYTRYNBLU, Alicia. Periodismo social. Argentina. 2004. La Crujía. 165 p.

DE FONTCUBERTA, Mar. La noticia. España. 2011. Paidós. 190 p.

DE LA MOTA, Ignacio. Enciclopedia de la comunicación. México. 1995. Editorial Limusa. 1432 p.

DEL RÍO, Reynaga. El reportaje. México. 2011. Trillas. 195 p.

FILIPPI, Emilio. Fundamentos del periodismo. México. 1997. Trillas 101 p.

GUASCH, J. et al. Introducción a los medios de comunicación. España. 1990. Ediciones Paulinas. 470 p.

LÓPEZ, Antonio. Géneros periodísticos complementarios. México. 2009. Alfaomega. 266 p.

MARÍN, Carlos. Manual de periodismo. México. 2006- De bolsillo. 351 p.

PENA, Felipe. Teoría del periodismo. México. 2009. Alfaomega. 241 p.

RICUPERO, Sergio A. Diseño gráfico en el aula. Argentina. 2007. Nobuko. 123 p.

TURNBULL y Baird. Comunicación gráfica. México. 2004. Editorial Trillas. 530 p.

## Otras fuentes

- Entrevista con Edmundo Rostan, director de arte del corporativo Imagen del Golfo

## Fuentes electrónicas

<http://www.uncp.edu/home/acurtis/Courses/ResourcesForCourses/MagazinesHistory.html>

<http://www.magforum.com/time.htm>

<http://www.unizar.es/hant/POA/cuneiforme.html>

<http://www.well.com/~art/maghist02.html>

<http://www.eluniversal.com.mx/notas/853515.html>

[http://www.proyectosalohogar.com/tecnologia/la\\_imprensa.htm](http://www.proyectosalohogar.com/tecnologia/la_imprensa.htm)

[http://www.ehiztari.com/Castella\\_Legua/escritura.htm](http://www.ehiztari.com/Castella_Legua/escritura.htm)