

AragónEs

---

Un espacio plural para la comunidad aragonesa



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN**

**Revista impresa *AragónEs*, un espacio plural para la comunidad aragonesa**

Para obtener el título de Licenciado en Comunicación y Periodismo presentan:

García Tovar Rosalba Monserrat

Ornelas Madrid Shaula Angélica

**TESIS**

Asesora: Rodríguez Escobar Celia Cándida

México D.F. 2015



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

### Capítulo 1 La lectura en estudiantes universitarios de la UNAM

- 1.1 Hábito de lectura en la comunidad universitaria
- 1.2 Las publicaciones universitarias como canal de difusión
- 1.3 Contexto de las publicaciones editoriales en la UNAM
  - 1.3.1 ¿Qué se lee en la comunidad aragonesa?
  - 1.3.2 Breve historia de las publicaciones en la FES Aragón
  - 1.3.3 Características generales de la *Gaceta FES Aragón*

### Capítulo 2 Propuesta editorial. La elaboración de *AragónEs*

- 2.1 Conformación de la empresa editorial para *AragónEs*
  - 2.1.2 Descripción técnica
  - 2.1.3 Organigrama
  - 2.1.4 Estructura legal
- 2.2 Planeación de *AragónEs*
  - 2.2.1 Investigación y estudio de mercado
  - 2.2.2 Estudio de mercado
- 2.3 Organización de la revista *AragónEs*
  - 2.3.1 Justificación
  - 2.3.2 Objetivos
  - 2.3.3 Comité editorial
  - 2.3.4 Promoción, difusión y Tiraje
  - 2.3.5 Patrocinio y distribución

### Capítulo 3 Anexos

- 3.1 Proceso Editorial *AragónEs*
- 3.2 Diseño editorial
  - 3.2.1 Retícula o esquema
  - 3.2.2 Tipografía
- 3.3 Criterio editorial y estilo en el diseño
  - 3.3.1 Ornamentos editoriales
  - 3.3.2 Recepción de material y corrección de estilo
- 3.4 Impresión y periodicidad
- 3.5 Contenido de *AragónEs*

3.6 Dommie *AragónEs*

3.7 Manual de Estilo

**Conclusiones**

**Fuentes de Consulta**

## Introducción

---

El proyecto de publicación *AragónEs* surgió a partir de la experiencia que tuvimos en nuestra estancia en la Facultad de Estudios Superiores Aragón al percatarnos del papel que juega la lectura en los universitarios.

Fueron tres factores los que nos motivaron a la elaboración de un proyecto editorial:

- Falta de fuentes acerca de los procesos editoriales
- Problemática de la falta del hábito por placer en estudiantes
- Interés por los medios impresos

Por lo anterior, decidimos elaborar un proyecto a través del cual pudiéramos profundizar sobre el tema y hablar sobre el proceso editorial.

El presente proyecto se conforma por dos apartados: la investigación y la creación como solución. Por una parte investigamos acerca de las publicaciones universitarias en general, su importancia y cómo funcionan dentro de nuestra facultad, lo anterior frente a la problemática de ¿Por qué los universitarios no leemos por placer? ¿Qué se supone que es una lectura placentera? El otro lado de la moneda, es entonces nuestra propuesta de un medio impreso como solución para esta problemática. En la propuesta detallamos el proceso editorial, estudio de mercado y presentación de *Dommie* y *No. 0* como producto final.

El objetivo de este proyecto editorial es incentivar el interés de los universitarios aragoneses, de ahí parte nuestra hipótesis que se basa en la afirmación de que *AragónEs* es un proyecto editorial que como publicación universitaria apoya el desarrollo de los estudiantes, acercándolos al hábito de la lectura.

Cabe señalar que la metodología para la investigación tuvo como principal problema la escasez de bibliografía sobre publicaciones universitarias, así como de trabajos respecto al hábito de la lectura en universitarios. De modo que recurrimos a fuentes vivas que nos guiaron y contaron su experiencia en el ámbito editorial, como la jefa del programa editorial de la Casa de las Humanidades de la Universidad Nacional Autónoma de México, Marcela Villegas, y el poeta, ensayista, crítico literario, escritor y editor mexicano, Juan Domingo Argüelles.

Al final de nuestra investigación se encuentran los Anexos donde de manera detallada se lleva a cabo la descripción técnica del diseño y creación de AragónEs como publicación impresa, desde la descripción de las secciones, estándares de diseño, presentación de Dommie, hasta el manual de estilo de la revista.

Realizamos este trabajo con la intención de acercar a generaciones futuras al ámbito editorial, explicando un poco cuál es el proceso para elaborar una publicación, por ello sin más que escribir nuestro trabajo queda a su disposición y para muestra hace falta un botón y así dar inicio a la investigación que con mucho gusto, aprendizaje y trabajo en equipo hemos realizado para nuestra alma mater: la Universidad Nacional Autónoma de México.

## Capítulo 1

# La lectura en estudiantes universitarios de la UNAM

---

Uno de los pilares de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) que permite el buen funcionamiento de sus actividades académicas, culturales y sociales es la divulgación, la cual tiene como principal objetivo la propaganda y difusión de sus proyectos, logros y actividades de sus investigadores, académicos y estudiantes, brindando una de las más importantes características a nuestra universidad: la pluralidad.

Como parte fundamental de este pilar de la Universidad, la divulgación editorial, ha permitido que la UNAM cumpla con una labor excepcional, reiterando su compromiso por medio de obras originales provenientes de sus integrantes y colaboraciones internacionales; la Universidad alberga entre su patrimonio, bibliotecas, librerías, salas de lectura y ferias del libro que impulsan el desarrollo del área dentro y fuera de su comunidad

El quehacer literario de México ha estado ligado al destino de la Universidad Nacional. Desde su fundación esta casa de estudios ha acogido a los autores más prominentes de nuestro país; es impulsora del trabajo literario de jóvenes talentosos; difusores de la obra de autores nacionales e

internacionales y promotora de la lectura entre la comunidad universitaria y la sociedad en general.<sup>1</sup>

La UNAM es la casa editora más grande de América Latina, publica cerca de 700 novedades al año y, entre ediciones, reediciones, reimpressiones y publicaciones de circulación interna, esta casa de estudios entrega a la prensa más de tres tirajes diarios.<sup>2</sup>

Con la producción de dos millones de ejemplares al año, la UNAM realiza la labor de divulgación de las obras mediante sus diferentes Facultades, Institutos y Escuelas a la par de la comunidad que integra a cada una de ellas.

El trabajo editorial de la UNAM es coordinado por la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, cuya función es poner en circulación alrededor de dos millones de ejemplares al año, cuidar la calidad de la edición de las publicaciones universitarias y procurar una mejor distribución y venta de dichas ediciones en sus diferentes sistemas.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> “Publicaciones”, UNAM, [www.100.unam.mx](http://www.100.unam.mx)”, acceso 9 de enero de 2013.

<sup>2</sup> *Idem.*

<sup>3</sup> *Idem.*

La divulgación cultural y el trabajo editorial que realiza la UNAM son fundamentales para la formación de sus integrantes. Las publicaciones oficiales que circulan dentro de las facultades fungen un papel base en la formación de los estudiantes universitarios.

Los alumnos de la Facultad de Estudios Superiores Aragón, están en constante contacto con la Gaceta UNAM y La Gaceta Aragón, que son las dos publicaciones universitarias oficiales que circulan dentro de ésta.

Para comprender la función de estas publicaciones, debemos remontarnos a la principal problemática: el hábito de la lectura en el público universitario.

El autor estadounidense Kenneth Goodman, profesor emérito de la lengua y cultura en la Universidad de

Arizona, afirma que la lectura es el proceso de construir un significado a partir de lo impreso. De acuerdo con este concepto, podemos considerar que la falta del hábito de la lectura radica en la ausencia del interés y a la no interpretación de la información impresa. Es posible que un lector sea asiduo cuando en su formación se le dio a conocer el placer de la lectura, es decir, desde la infancia, como lo afirma escritor mexicano Juan Domingo Argüelles, autor de más de 10 libros sobre el tema.

De acuerdo a lo anterior, surge el desarrollo de este primer capítulo con el objetivo de analizar las causas de la falta de interés de la comunidad universitaria hacia la lectura, específicamente de la comunidad aragonesa, partiendo de la publicación universitaria más importante para los aragoneses: *La Gaceta FES Aragón*.

## 1.1 Hábito de la lectura en estudiantes universitarios

*El problema del libro no está en los millones de pobres que no saben leer y escribir, sino en los millones de universitarios que no quieren leer, sino escribir.*

Gabriel Zaid

El hábito de la lectura es quizá uno de los temas más abordados en los medios impresos así como la evolución mediática de éstos, la forma en que nos comunicamos y la llegada de la era digital, son algunos de los factores más mencionados ante la problemática de la ausencia lectora en la actualidad. Uno de los sectores donde la “no lectura” causa controversia es la universitaria. ¿Por qué no se lee

en las universidades? ¿Las publicaciones universitarias influyen en el hábito lector universitario?

Juan Domingo Argüelles, escritor, ensayista y poeta mexicano, especializado en el estudio del hábito de la lectura, explica en su libro *¿Qué leen los que no leen?*, que el sistema escolarizado de nuestro país se ha empeñado en exigir la lectura e incluso castigar o

recompensar con la calificación, a lo que él define que debe ser un “ejercicio libre”. Concebir la lectura como obligación es el primer obstáculo para que el acto de leer resulte ser placentero y espontáneo.

De acuerdo a la Encuesta Nacional de Lectura 2014 realizada por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta), 56.4 por ciento de la población lee libros o los ha leído en su vida, y 42 por ciento lee periódicos, 39.9 por ciento lee revistas y el 12.2 por ciento lee historietas.<sup>4</sup>

Estas cifras afirman que poco más de la mitad de la población ha leído un libro sin embargo, podemos asegurar que la mayoría de ellos leyó ese libro por requisito escolar.

Si afrontamos lo anterior con 42 por ciento de la población que lee revistas, periódicos e historietas, podemos identificar que son lecturas motivadas por placer. A decir por el escritor mexicano Jorge Ibarguengoitia la lectura es un acto libre, debe uno leer el libro que le apetezca a la hora que le convenga. Y si no le apetece a uno ningún libro, no lee, y no se ha perdido gran cosa.<sup>5</sup>

Todo texto tiene un ciclo que comienza cuando el autor plasma una intención al escribirlo, seguido de la lectura a la cual se le dará una interpretación distinta de acuerdo a cada lector y su contexto. Por eso, Ibarguengoitia menciona que al no querer leer un texto no nos perdemos

de gran cosa, debido a que lo verdaderamente importante de leer consiste en lo que pensamos después de haber leído, nunca en el libro como tal; ahí la importancia de leer por placer, es decir, algo que agrade.

El índice más alto de lectura de revistas lo reportan jóvenes de 18 a 22 años con 49 por ciento, esto denota que la mayoría de este rango de edad se inclina por publicaciones de este tipo. A propósito, el ensayista mexicano Gabriel Zaid plantea otra problemática, él señala que los universitarios se preocupan más por escribir y poco por leer; por ello en este apartado enfatizamos la importancia que tiene la lectura en la formación de los jóvenes, puesto que se encuentran abundantes de ideas, opiniones y propuestas.

El principal objetivo de este proyecto es plasmar el proceso editorial, pero además proponer una publicación universitaria complementaria a las ya existentes dentro de la FES Aragón, a través de la cual, la comunidad estudiantil pueda expresar sus intereses y apropiarse la información de manera más personal.

Dicha propuesta, la planteamos a partir de la hipótesis de que es posible incentivar el gusto por la lectura por medio de una publicación universitaria de contenido que despierte su interés y que a la vez resulte atractivo.

En entrevista para esta investigación, Argüelles expresó su experiencia como director editorial de la *Revista Ibero*,

<sup>4</sup> Conaculta, “Encuesta Nacional de Lectura 2014”, pp. 17-28, [www.conaculta.mx](http://www.conaculta.mx) pdf, acceso enero de 2014.

<sup>5</sup> Jorge Ibarguengoitia citado por Juan Domingo Argüelles, *¿Qué leen los que no leen?*, México, Paidós, 2004, p.26.

de la Universidad Iberoamericana, la cual es bimestral y sus temas y contenidos están determinados por un consejo editorial; una de sus principales características es su pluralidad pues es realizada por un equipo no exclusivo de la misma universidad. Argüelles considera que “una publicación universitaria sí tiene que ser extensión universitaria y debe ser extensión educativa, para que de alguna manera los estudiantes también puedan participar de ese pensamiento que se está reflejando”.

Argüelles asegura que el mejor esquema para acercar a los jóvenes a este hábito es en primer lugar los círculos de lectura, así como personas que puedan compartir sus experiencias con el reforzamiento del conocimiento y la interrelación a través de una publicación que les permita identificarse como comunidad. “La lectura nos está sirviendo para un fin utilitario inmediato, cuando en realidad la lectura debería ser la forma en la cual adquirimos conocimiento, experiencia, placer y nos podemos relacionar con los demás, el mundo se te amplía, tus horizontes aumentan”.

El trabajo de Argüelles está enfocado a la lectura, a través de sus libros profundiza el tema y analiza el por qué de la falta de interés por este hábito en los jóvenes universitarios; según el escritor, el problema real es que éste no se debe resolver en la universidad sino en la primaria pues es ahí donde se encuentra un ambiente que hace conservar los estatus en los estudiantes. Por ello aclara que lo ideal es que nos identifiquemos por nuestros contextos para ser capaces de traspasar un umbral, en el

caso de la lectura, no basta con que le digan a la gente que vaya a la biblioteca hay que encontrar el placer de ésta para que nos acerquemos a ella.

Domingo Argüelles tuvo acercamiento a la lectura gracias a su padre, quien siempre tuvo como lectura predilecta las historietas vaqueras, “yo vengo de una familia lectora, pero no lectora culta”. A Juan no le importaba qué leía su padre, lo que en realidad lo cautivó de él, es que leía por entretenimiento, sobre todo por placer. Como consecuencia su trabajo está enfocado a la apropiación de lecturas por gusto y deleite, respaldado por 10 libros de su autoría publicados al respecto.

Entre los obstáculos a los que se enfrenta el hábito de la lectura, se encuentra el sistema educativo que impide el desarrollo de actividades en pro de la lectura libre; para ello se debe buscar el equilibrio entre los extremos, es decir, métodos para lograr que una persona lea no por obligación y sí como hábito disfrutable.

En este contexto debemos concluir que el hábito surge a partir de algo placentero, por lo tanto de acuerdo a la teoría de Juan Domingo Argüelles, el activismo universitario en pro de la lectura puede comenzar desde la creación de material accesible para la comunidad, es por eso que “el universitario egresado en general es un profesionalista poco culto, y se debe a que el esquema escolar ve al libro como instrumental para conseguir un objetivo específico”.

## 1.2 Las publicaciones universitarias como canal de difusión

Una de las maneras más explícitas de comunicarnos es la escritura, a través de ella se puede conocer la historia y se tiene la posibilidad de plasmar lo que sucede a nuestro alrededor para generaciones futuras. La escritura representa al lenguaje oral y también representa significados,<sup>6</sup> esto se refiere a que el lenguaje escrito está compuesto no sólo de sílabas y alfabeto, como el oral, por su parte el escrito también se compone de íconos y pictogramas para plasmar cosas, logografías para las palabras o ideografías para representar las ideas, y a su vez el alfabeto y las sílabas del lenguaje oral.

La comunicación es una necesidad entre una comunidad que comparte espacio e intereses que pretenden ser afines para lograr el correcto funcionamiento de la organización de ésta, generar una convivencia armoniosa entre una sociedad para obtener una mayor interrelación. Es por ello que las publicaciones impresas nunca perderán su valor e importancia, esto lo expresa Umberto Eco en su "Epílogo el futuro del libro":

La comunicación electrónica viaja por delante de nosotros, los libros viajan con nosotros a nuestra velocidad pero, si naufragas en una isla desierta, un libro puede ser muy útil, un ordenador no [...] los textos electrónicos necesitan una estación de lectura y un dispositivo de decodificación. Los

libros siguen siendo los mejores compañeros para un naufragio, o para el Día Después.<sup>7</sup>

Las publicaciones impresas como una revista, una gaceta o un boletín, simbolizan el reflejo de la sociedad donde se realiza y distribuye: sus intereses, molestias y expectativas.

Las publicaciones internas, dentro de una escuela, facultad o instituto juegan un papel importante por la forma en que transmiten ideas y se dirigen a su comunidad; éstas deben ser generales, atractivas, útiles, amenas y a la vez, deben lograr la vinculación entre sus integrantes. Por medio del contenido una publicación interna debe alcanzar la difusión; si funciona, ésta puede acercar a la comunidad a través del contacto y orientación; de manera que también consiga dar a conocer la labor que realizan los mismos integrantes y sus logros como forma de motivación para los demás.

María de Lourdes Flores retoma el pensamiento de Miguel F. Duhalt Krauss en su tesis "Las publicaciones internas" y señala que las publicaciones no suponen necesariamente un cumplimiento o aclaramiento. Éstas son informes o avisos que simplemente dan noticias de un hecho presente, pasado o futuro, o transmiten un conocimiento, una idea que puede tener interés para el personal.<sup>8</sup>

<sup>6</sup> Kenneth Goodman, Sobre la lectura. Una mirada de sentido común a la naturaleza del lenguaje y la ciencia de la lectura, México, Paidós, 2006, p. 37.

<sup>7</sup> Umberto Eco, "Epílogo el futuro del libro", página 12, <http://www.pagina12.com.ar/1998/suple/radar/septiem/98-09-20/pagina3.htm>, 1998, fecha de acceso febrero de 2013.

<sup>8</sup> Ma. de Lourdes López Flores, "Las publicaciones internas", tesis de licenciatura en Comunicación y Periodismo, UNAM FES Aragón, 1999, p. 39.

Para una publicación universitaria, la comunidad a quien va dirigida debe ser su objetivo principal, y por lo tanto satisfacer sus intereses y necesidades de comunicación. La aplicación de encuestas, entrevistas y sondeos, son herramientas que nos permitirán conocer qué es lo que buscan y esperan los lectores de la publicación.

Las revistas, boletines y periódicos internos son impersonales, ya que no están dirigidos a determinadas personas en especial. Son genéricos, pues se hacen llegar a un grupo de personas o departamentos específicos, con el fin de informar sobre determinadas situaciones que acontecen dentro de la comunidad.<sup>9</sup>

Cualquier grupo social, busca conocer los sucesos que acontecen en su propio espacio y tiempo, noticias de actualidad, cambios en la propia escuela o facultad, actividades culturales, académicas y deportivas; estas publicaciones son el medio idóneo para hacer llegar esta información a la comunidad universitaria.

En las revistas internas, el público se define como el conjunto de individuos reunidos por interés común, que puede poseer o no marcada similitud, pero que siempre tendrán para la escuela, al menos, un factor que podrá tomarse como la base de la homogeneidad.<sup>10</sup>

Algunas de las ventajas que ofrece la comunicación escrita, por medio de una publicación, son:

- **Autoridad**, tiene un peso especial por su carácter de documental, que les hace poseer un alto grado de credibilidad y por lo tanto lo que se transmite en ellas tiene autoridad en la opinión pública de la comunidad.
- **Exactitud**, por el empleo de varios elementos visuales como la escritura, las fotografías, dibujos, gráficos, etc., los mensajes se presentan con mayor precisión evitando divagaciones en ideas y contenido.
- **Amplitud**, puede realizarse en el espacio que se desee y se puede duplicar y distribuir a los individuos a quienes estén destinadas.

En nuestros días, el uso de las publicaciones internas dentro de una escuela o facultad universitaria, permite la diversificación de la comunidad para mejorar sus relaciones humanas, en la cual toman parte los integrantes de la institución, quienes aportan o generan noticias de interés, actividades culturales, académicas y deportivas efectuadas o aquellas que se piensan realizar.

Al respecto de las gacetas universitarias, Marcela Villegas, jefa del Programa Editorial de la Coordinación de Humanidades de la UNAM, comenta en entrevista para esta investigación, que el aspecto de familiaridad con una publicación hace que los integrantes de la comunidad se integren y que de alguna manera salga a relucir la identidad con la misma institución.

<sup>9</sup> *Idem.*

<sup>10</sup> *Ibidem*, p. 42.

Las gacetas universitarias son justamente un elemento muy importante de formación de identidad de una institución. Que los estudiantes se interesen por leerla por ver que si la reunión no sé qué, que la convocatoria de algún deporte, incrementa su interacción social.<sup>11</sup>

La educación es a la sociedad, lo que una publicación interna es a una universidad, en otras palabras, las dos son el motor para incentivar el desarrollo y evolución de un grupo de personas; mientras que la educación es la base y el cimiento para que la sociedad funcione. Una publicación interna permite que la comunidad universitaria mantenga un criterio y una formación donde la identidad se logra adquirir y adherir al pensamiento mismo.

La publicación interna dentro de un centro educativo funge como el órgano informativo de la comunidad, a través de la cual ésta puede informarse de los sucesos que le interesan. En el caso de la FES Aragón, una publicación universitaria, tiene el deber de informar a la facultad, con material de valor que permita el desarrollo de aquellos que en ella se desempeñan.

Por su parte, reforzando lo anterior el escritor Juan Domingo Argüelles nos expresó su experiencia como director editorial de la *Revista Ibero*, de la Universidad Iberoamericana, la cual es bimestral y sus temas y contenidos están determinados por un consejo editorial; una de sus principales características es su pluralidad pues es realizada por un equipo no exclusivo de la misma

universidad, sin duda, un caso de éxito en cuanto a las extensiones de Publicaciones Universitarias.

“Una publicación universitaria, sí tiene que ser extensión universitaria y debe ser extensión educativa, para que de alguna manera los estudiantes también puedan participar de ese pensamiento que se está reflejando”.

Argüelles asegura que el mejor esquema para acercar a los jóvenes a este hábito es en primer lugar los círculos de lectura, así como personas que puedan compartir sus experiencias de lectura pero de igual manera el reforzamiento del conocimiento y la interrelación a través de una publicación que les permita identificarse como comunidad.

“La lectura nos está sirviendo para un fin utilitario inmediato, cuando en realidad la lectura debería ser la forma en la cual adquirimos conocimiento, experiencia, placer y nos podemos relacionar con los demás, el mundo se te amplía, tus horizontes aumentan”.

El trabajo de Argüelles está enfocado a la lectura, a través de sus libros profundiza el tema y analiza el porqué de la falta de interés por este hábito en los jóvenes universitarios; según el escritor, el problema real es que éste no se debe resolver en la universidad sino en la primaria pues es ahí donde se encuentra un ambiente que hace conservar los estatus en los estudiantes. Por ello aclara que lo ideal es que nos identifiquemos por nuestros

---

<sup>11</sup> Ma. de Lourdes López Flores, *op. cit.*, p. 43.

contextos para ser capaces de traspasar un umbral, en el caso de la lectura, no basta con que le digan a la gente que vaya a la biblioteca hay que encontrar el placer de ésta para que nos acerquemos a ella.

Como ejemplo del acercamiento a la lectura, Juan Domingo Argüelles expresa que tuvo acercamiento a la lectura gracias a su padre, quien siempre tuvo como lectura predilecta las historietas vaqueras, “yo vengo de una familia lectora, pero no lectora culta”. A Juan no le importaba qué leía su padre, lo que en realidad lo cautivó de él, es que leía por entretenimiento, sobre todo por placer. Como consecuencia su trabajo está enfocado a la apropiación de lecturas por gusto y deleite, respaldado por 10 libros de su autoría publicados al respecto.

Entre los obstáculos a los que se enfrenta el hábito de la lectura, se encuentra el sistema educativo que impide el desarrollo de actividades en pro de la lectura libre; para

ello se debe buscar el equilibrio entre los extremos, es decir, métodos para lograr que una persona lea no por obligación y sí como hábito disfrutable.

En este contexto debemos concluir que el hábito de la lectura, se define en gran parte por el conocimiento de algo placentero, sin embargo, debemos considerar vertientes como la búsqueda del conocimiento que finalmente nos llevarán al gusto por leer.

Por ello, siendo fieles a la información anterior, pensamos que el activismo universitario en pro de la lectura puede comenzar desde la creación de material complementario y de entretenimiento que propicie el acercamiento e interés por el hábito lector y no sólo por el “deber leer”.

“El universitario egresado en general es un profesionalista poco culto, y se debe a que el esquema escolar ve al libro como instrumental para conseguir un objetivo específico”.

### 1.3 Contexto de las publicaciones editoriales en la UNAM

La producción editorial guarda una estrecha relación con el desarrollo económico y social de cada país, lo cual la convierte en un factor primordial para la educación y desarrollo del mismo. Como parte importante de la educación en nuestro país, la Universidad Nacional Autónoma de México guarda como principales fines la docencia, investigación y difusión de la cultura. Para su buen cumplimiento se auxilia de diversos medios como la producción editorial, dentro de la cual la vía impresa y actualmente la digital son de los más importantes.

La UNAM ha sufrido una evolución editorial desde su fundación, a través de reformas y departamentos que se han creado y desarrollado a cargo de esta área. La autora Georgina Araceli Torres en su artículo “La Universidad en sus publicaciones”, habla de la historia de la imprenta universitaria pasando por un recuento de su prosperidad y abriendo paso a las perspectivas de esta rama de la comunidad que necesita y quiere lograr.

---

Un espacio plural para la comunidad aragonesa

Si bien el desarrollo ha sido positivo y se ha logrado, a lo largo de las décadas, alumbrar un gran número de obras que por su características de contenido o tipográficas son realmente una fuente de orgullo, por otro lado está ausente una política editorial integral y es prácticamente inexistente la participación destacada de profesionales, en las diversas fases que tienen que ver con el trabajo editorial, colaboración que sin duda daría como resultado una prensa universitaria más sólida, más flexible a los cambios, más rentable y por lo tanto con mayor impacto en la propia universidad y en la sociedad de su conjunto.<sup>12</sup>

La historia de sus publicaciones se puede contemplar desde 1910, cuando la Universidad queda en manos de José Vasconcelos, entonces precursor de la abolición del analfabetismo y la difusión de la cultura mediante textos para toda la población. Vasconcelos como rector, impulsa a la Universidad hacia una faceta que mostró las importantes reformas en materia de educación y de cultura.

Torres Vargas apunta “La participación de José Vasconcelos en la transformación editorial universitaria fue muy importante, puesto que logró integrar al indígena y a la población en general en la cultura universal.”<sup>13</sup> Como parte de la estrategia contra el analfabetismo, Vasconcelos integró 17 títulos de la literatura clásica

universal en un tiraje que comprendía 30 mil ejemplares por título. Sin embargo, no fue hasta el rectorado de Ignacio García Téllez que se impulsó la publicación de un título en forma de revista que fungiera como representación de la propia institución y ésta fue llamada: *Revista de la Universidad de México*.

Su primer número apareció en noviembre de 1930 y fue dirigida por Julio Jiménez Rueda. “El fin principal que perseguía esta revista era el servir como órgano que difundiera las actividades internas de la institución, además de contribuir al propósito de la extensión universitaria.”<sup>14</sup>

Sin embargo, para 1954 con la aparición de la *Gaceta*, la *Revista de la Universidad* pierde el carácter de órgano oficial y se dedica a ofrecer diversos aspectos de la actividad cultural e intelectual de la comunidad y mientras tanto la *Gaceta* se dedicaría a concentrar datos de la vida académica de la Universidad.

Estas publicaciones aún conservan dicho carácter a pesar de la evolución, exigencia académica y cultural. Las dos publicaciones son el estandarte que encabeza hoy las más de 100 publicaciones, de diferentes áreas que cubre la UNAM.

En el periodo dirigido por el rector Nabor Carrillo, junto con el secretario general, Efrén del Pozo, a quien correspondió la organización del cambio de sede a Ciudad Universitaria,

---

<sup>12</sup> Georgina Araceli Torres Vargas, *La universidad en sus publicaciones: historia y perspectivas*, p. 8.

<sup>13</sup> *Ibidem*, p. 49.

<sup>14</sup> *Ibidem*, p. 63.

discutieron la idea de crear una carta universitaria para mantener informada a la comunidad.

De esta forma, la *Gaceta UNAM* es creada en 1954 por Enrique González Casanova, fue concebida como el órgano informativo oficial de la Universidad. Aquella publicación surgió con el propósito de informar a los núcleos universitarios sobre los acontecimientos que pudieran interesar a la comunidad estudiantil, además de lograr una mayor comprensión hacia los mismos.

En 1954, el primer número de *Gaceta UNAM* llegaba a manos de los estudiantes y profesores que animaban los pasillos y aulas de una CU recién inaugurada. De esta manera, inició una labor que, día con día, demuestra que la información más que una herramienta para mantenerse enterado, es un vínculo que nos acerca e identifica como comunidad.<sup>15</sup>

Se pretendía que los integrantes de esta casa de estudios conocieran los sucesos más relevantes, las decisiones de las autoridades administrativas y técnicas y, por supuesto, las resoluciones del Consejo Universitario, entre otros.

Por ello, “se ha determinado editar una comunicación periódica y oficial que informe a los distintos núcleos universitarios sobre los acontecimientos de la más diversa índole que

interesen a su vida universitaria y que contribuya, simultáneamente, a lograr una mayor comprensión entre todos ellos”, se leyó en la portada de un documento de ocho páginas, que circuló en los recintos de Ciudad Universitaria, ese lunes 23 de agosto.<sup>16</sup>

El primer número fue histórico por incluir en sus páginas una lista de profesores de tiempo completo de la Facultad de Filosofía y Letras, también contenía el calendario de actividades desde aquel lunes 23 y hasta el domingo 29 de agosto: conferencias, actividades deportivas, exhibiciones cinematográficas, obras de teatro, conciertos de música y festivales.

En 1989 surge *Agenda*, suplemento semanal de actividades de *Gaceta UNAM*, integrado por la Bolsa de Trabajo, convocatoria, avisos sobre diferentes actividades académicas y una cartelera cultural.

Desde entonces se hilvanó, históricamente, la tarea de difusión de los principales acontecimientos en materia de docencia, investigación, difusión, extensión de la cultura y actividades deportivas, que se conserva hoy en un órgano indispensable en la vida universitaria.<sup>17</sup>

Para la Universidad tener una imprenta propia resultaba signo de autonomía y de mayor control sobre las

<sup>15</sup> Gustavo Ayala, “55 Aniversario de la Gaeta UNAM”, *Gaceta UNAM*, Suplemento, núm. 4,180, México, D.F., 2009, p. 1.

<sup>16</sup> *Ibidem*, p. 3.

<sup>17</sup> *Ibidem*, p. 15.

publicaciones que se pretendían generar. Después de construirse la cooperativa que levantaría la imprenta universitaria, se creó la Dirección General de Publicaciones que hoy en día es la responsable de procesar técnica y editorialmente la producción académica y cultural de la Universidad.

Luego de la creación de esta área se formuló el Programa Editorial de la UNAM, quien a su vez era el encargado de la edición del material que sería distribuido en grandes tirajes y a precios accesibles para la comunidad.

Marcela Villegas, jefa del Programa Editorial de la Coordinación de Humanidades, se encarga de la parte humanística de la Institución que realiza el trabajo en el programa de más arraigo de la UNAM.

Además de todo el sistema de facultades académicas de la Universidad, tiene grandes coordinaciones, humanidades, difusión cultural e investigación científica. Dentro de las humanidades, que también deberían llamarse de ciencias sociales, existe el Programa Editorial que es el de más tradición y arraigo de todas las áreas editoriales de la UNAM, hay más de 100, contando a las FES, Institutos y demás programas.<sup>18</sup>

Toda una serie de programas editoriales emanan de cada una de las facultades, escuelas y ramas de la universidad, quienes realizan un esfuerzo propio para sacar a la luz publicaciones que serán del interés de toda la comunidad, como es el ejemplo del programa que dirige la editora Marcela Villegas.

El Programa Editorial de la Coordinación de Humanidades fue creado en 1997 con el propósito de albergar éstas y otras colecciones, cuando la Dirección de General de Publicaciones y la Dirección General su Fomento Editorial fueron transferidas de la Coordinación de Humanidades a la Secretaría General. Desde entonces a la fecha ha continuado nutriendo su catálogo con nuevos títulos y múltiples reimpressiones.<sup>19</sup>

La UNAM también cuenta con el Catálogo de Revistas Científicas y Arbitradas que compila en una sola obra el conjunto de publicaciones periódicas dedicadas a la investigación en todas las áreas.

Mediante una cuidadosa clasificación y ordenamiento, hoy día, esta publicación ofrece, por un lado, la posibilidad de identificar la variedad de revistas que componen el acervo de publicaciones científicas de la Universidad Nacional Autónoma de México.<sup>20</sup>

<sup>18</sup> Marcela Villegas, jefa del Programa Editorial de la Coordinación de Humanidades, entrevista personal, 28 de febrero de 2013.

<sup>19</sup> "Acerca del Programa Editorial", Programa Editorial de la Coordinación de Humanidades, 2013, [www.librosdehumanidades.unam.mx](http://www.librosdehumanidades.unam.mx), acceso 28 de marzo de 2013.

<sup>20</sup> "Introducción", Catálogo de Revistas Científicas y Arbitradas de la UNAM, 2010, [www.catalogoderevistas.unam.mx](http://www.catalogoderevistas.unam.mx), acceso 13 de febrero, 2013.

El catálogo incluye aproximadamente 106 fichas y está diseñado para que el público lector tenga un acercamiento directo a las características de cada revista que se publica en la UNAM, utilizando al catálogo como un medio para fortalecer las publicaciones que con dedicación realiza la comunidad universitaria.

El catálogo nos permite adentrarnos en los puentes, vasos comunicantes que las revistas logran establecer entre las disciplinas y en torno al desarrollo de la ciencia en diversos contextos culturales. En los comités editoriales figuran

investigadores y profesores de distintos países, generaciones y preferencias intelectuales.<sup>21</sup>

La Universidad Nacional Autónoma de México ocupa un sitio relevante gracias a su magnífico desempeño, mismo que se refleja claramente a través de las publicaciones generadas en ella. Su desarrollo ha sido el resultado de múltiples factores observados a lo largo de su historia, a la vez que se ha constituido en un pilar fundamental para el cumplimiento de los fines que la institución posee.

### 1.3.1 ¿Qué lee en la comunidad aragonesa?

En el ámbito editorial dentro de la UNAM y sus facultades, las publicaciones universitarias han desempeñado indudablemente un papel que logra retroalimentar tanto a sus alumnos como a sus docentes. La Facultad de Estudios Superiores Aragón (FES Aragón) no se ha rezagado en ese aspecto y al tener dentro de sus planes de estudios carreras del ámbito social, ha permitido que sus estudiantes generen esa necesidad comunicativa que da como resultado las publicaciones universitarias.

El Departamento de Publicaciones que pertenece a la FES Aragón es el responsable de editar libros, apuntes, revistas, cuadernillos, etc., producto de las investigaciones de los profesores de la facultad. Las funciones que realiza el departamento son: recepción de textos originales, corrección ortográfica y de sintaxis, diseño de interiores y portadas, cuidado de la edición e impresión, además de solicitar a la Oficina Jurídica de la Facultad, la tramitación de los registros de derechos de autor, finalmente se encarga de efectuar la distribución interna de los ejemplares impresos y/o electrónicos, así como del envío a la librería de los ejemplares que se comercializarán.

---

<sup>21</sup> *Idem.*

### 1.3.2 Breve historia de las publicaciones en la FES Aragón

La publicación oficial con la que la FES Aragón cuenta es la *Gaceta FES Aragón*, la cual ha tenido diversos cambios desde su aparición en 1987. Es una publicación quincenal editada por el Departamento de Difusión y distribuida por la propia FES Aragón. Su tiraje es de 2 mil ejemplares y su distribución es gratuita.

En noviembre de 1987 se creó el Comité Editorial de la ENEP Aragón (Escuela Nacional de Estudios Profesionales) que fundó una primera publicación llamada *Boletín ENEP Aragón*,<sup>22</sup> tenía una periodicidad mensual y contaba con ocho páginas, su contenido principalmente fueron eventos culturales que se generaron en la UNAM y publicaciones de libros.

El objetivo principal de ese Comité Editorial fue impulsar la importancia de contar de manera periódica con un órgano informativo de carácter general dirigido a su comunidad, para conocer de manera oportuna y permanente los diferentes ámbitos y manifestaciones en el que se desenvuelve el quehacer intelectual.

#### La primera época del boletín (1976 -1982)

En esencia se publicaban reseñas informativas y anuncios de actividades en el plantel, en interiores no se contaba

con las ilustraciones, sólo la portada mostraba un sencillo diseño. Durante los tres años siguientes sufrió diversos cambios en su diseño, así como en su contenido.

Contenía en su mayoría avisos y anuncios, luego pasó a la fotografía; en la portada donde los temas noticiosos representaban una mínima parte, dio espacio a diferentes rubros, como entrevistas con docentes del plantel y colaboraciones especiales de académicos.

Para el año 1992, el *Boletín ENEP Aragón* cambió de formato y desde ese momento sus dimensiones permitieron incluir textos con mayor extensión y fotografías de diferente tamaño. Las páginas aumentaron a 24, seguía siendo mensual. Hasta esta etapa, el boletín se había impreso en blanco y negro, fue hasta 1998 cuando se implementó la impresión a color y modificaciones en la tipografía.

En el año 2010 se modificó el nombre de *Boletín ENEP Aragón*, dando paso al nuevo nombre que fue *Gaceta FES Aragón*, que desde la publicación de los números en el año 2003 ya era quincenal.

### 1.3.3 Características generales de la *Gaceta FES Aragón*

---

<sup>22</sup> De la Redacción, "La comunidad universitaria ha dado vida a publicación institucional", *Gaceta FES Aragón*, núm. 300, abril, 2012, México, pp. 8-9.

La Gaceta FES Aragón es la publicación oficial de la Facultad de Estudios Superiores Aragón en el presente, por ello hemos decidido dedicar este apartado a un análisis detallado de la publicación, de sus contenidos, de su lenguaje e incluso de su tipografía.

### Organigrama

<b>Coordinadora Editorial</b>	Lic. Alma Rosa Olivera Díaz
<b>Jefa de información</b>	Lic. Ernestina Bravo Villareal
<b>Cobertura de eventos</b>	Lic. Laura Hernández Guadarrama Lic. Diana Angélica Ventura García Lic. Eduardo Mateos Cruz Rocío Cabrera Soto Sandra Liliانا Salto Guzmán
<b>Diseño y Formación</b>	Ing. Ambar Chantal Nieto Velázquez
<b>Servicio Social</b>	* Cambian frecuentemente

Fuente: Datos obtenidos de la publicación *Gaceta FES Aragón*, núm. 331, del 16 al 30 de abril de 2014.

### Secciones

\*Entorno Académico- Es la sección principal, en ella se desarrollan los principales temas que como su nombre lo dice están relacionados con la facultad; se tocan temas como diplomados, titulaciones, eventos dentro de la facultad, etcétera. Dentro de esta sección se desglosa alguna entrevista, reportaje o artículo principal, donde el tema puede ser de interés social o también enfocado a personajes destacados ya sea del ámbito de la cultura, política o academia.

\*Escenario cultural- Es una sección en la cual,, se tocan temas meramente culturales que se realizan dentro de la FES, tales como exposiciones, conciertos proyecciones de cine, entre otros.

\*Alerta Bibliográfica- Se recomiendan títulos con su clasificación y área a la que pertenecen, todos en la Biblioteca Jesús Reyes Heróles dentro de la Facultad de Estudios Superiores Aragón.

## AragónEs

---

### Un espacio plural para la comunidad aragonesa

\*Fuerza Puma- Es la sección deportiva de la Gaceta, donde se cubren y mencionan temas de los torneos de fútbol y representativos de la Facultad.

Por último, cabe mencionar los anuncios relacionados a actividades dentro de la facultad, y el listado de titulados mensual, así como algunos anuncios de eventos próximos en la FES Aragón.

## Capítulo 2

# Propuesta editorial. La elaboración de *AragónEs*

La aparición de la escritura implicó la transición de la humanidad hacia una sociedad con historia y conocimientos que le han permitido crecer económica, política y socialmente, con una mecánica global, para hacerlo, llamada lenguaje escrito. Roberto Zavala refiere en *El libro y sus orillas*: “Antes alguien hablaba y convertía a los oyentes en un grupo, en un público verdadero; ahora lo impreso, propicia más bien el viaje introspectivo, necesariamente individual.”<sup>23</sup>

En nuestros días el lenguaje escrito se ha convertido en el medio más eficiente de comunicación por su capacidad de permanencia. Los medios impresos como emisores principales de este medio implican el rol crítico de la sociedad, pues gracias a ellos la información está al alcance de toda la humanidad.

En los medios impresos destaca la revista, la cual es definida como una publicación periódica con forros, compuesta por varios pliegos, con gran variedad de medidas, que van de media carta a tamaño tabloide.<sup>24</sup> Además tiene una frecuencia variable puesto que se

pueden encontrar en semanarios, quincenales, mensuales e incluso anuales y su principal ventaja es la profundización en los temas, el espacio no es tan limitado como en los periódicos.

Este tipo de publicación tiene más información acerca de un tema de actualidad o de interés general para la sociedad, de esta forma el lector obtiene información más profunda. Otro de sus beneficios es la cercanía y empatía que logran con su público, esto por la posibilidad de manejar distintos tipos de lenguaje para dirigirse a su público; por último no podemos dejar de lado la facilidad para adquirir las revistas: “una persona que tiene el interés sobre una revista en especial, sabe dónde conseguirla y su acceso a ella es rápido y sencillo, puesto que las revistas se comercializan en puestos públicos”.<sup>25</sup>

Por lo anterior, a través de este segundo capítulo hablaremos de la creación del proyecto editorial *AragónEs* y por qué creemos que es importante para la problemática del hábito de la lectura en los estudiantes aragoneses.

<sup>23</sup> Roberto Zavala Ruiz, *El libro y sus orillas*. Tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas, México, Fondo de Cultura Económica, 2012, Capítulo 1, p.2

<sup>24</sup> “Curso Taller Editorial”, Versal Producción Editorial, 1996, material didáctico [copias].

<sup>25</sup> Alyn Sánchez Flores y Consuelo Alejo Nabor, “Stylo, arte y cultura vinícola hacia la creación de una revista electrónica e impresa”, tesis de licenciatura en Comunicación y Periodismo, México, 2003, p. 24.

## 2.1 Conformación de la empresa editorial para *AragónEs*

La conformación de un proyecto empresarial es un proceso en el cual se debe explicar paso a paso el plan de empresa, según la página oficial [creatuempresa.org](http://creatuempresa.org) hace la siguiente definición: “a la hora de decidir crear una empresa hay que tener en cuenta, entre otros, los siguientes factores: la definición de la actividad a desarrollar, la planificación global y a largo plazo, la valoración de riesgos, la capacidad financiera, la viabilidad del negocio y el estudio de mercado”.<sup>26</sup>

A partir de dicha información, en este apartado se desglosa la descripción de la empresa que sostendrá a la publicación universitaria *AragónEs*, igualmente se desarrolla la idea de negocio que se va a poner en marcha.

De manera general se tomarán en cuenta los siguientes aspectos, todo de acuerdo con los enumerados por la página web [creatuempresa.org](http://creatuempresa.org):

### **Descripción de la empresa, negocio o iniciativa empresarial**

Referencia de la experiencia y objetivo de los promotores.

Descripción técnica

Localización geográfica

Estructura económico-financiera

Organigrama de los recursos humanos

Estructura legal

### **Definición del producto o servicio a suministrar**

Descripción

Necesidades que cubre

Diferencias con productos de la competencia

Existencia de algún derecho sobre el producto o servicio a comercializar

### **Planificación de los aspectos comerciales**

Análisis de mercado. Estudio de mercado

Plan de marketing

Establecimiento de las redes de distribución

Plan de compras.<sup>27</sup>

A continuación se explica cada paso del Plan de empresa sugerida por la fuente, en la que adaptamos cada apartado a las características que tendrá *AragónEs*.

<sup>26</sup>“Crea tu empresa paso a paso”, Creación de empresas, España, <http://www.creatuempresa.org/es->

[es/pasoapaso/Paginas/Creatuempresapasoapaso.aspx](http://www.creatuempresa.org/es/pasoapaso/Paginas/Creatuempresapasoapaso.aspx), acceso abril de 2014.

<sup>27</sup> *Idem*.

## 2.1.2 Descripción técnica

### Misión

Nuestra misión como publicación universitaria es ofrecer contenido de interés para los estudiantes de la Facultad de Estudios Superiores Aragón con el fin de despertar su motivación de la lectura placentera.

### Visión

Lograr un reconocimiento entre la comunidad universitaria de la FES Aragón como un medio editorial que plantee la retroalimentación y sea plataforma de difusión de sus intereses.

### Valores

\*Innovación. En el diseño e imagen de la revista

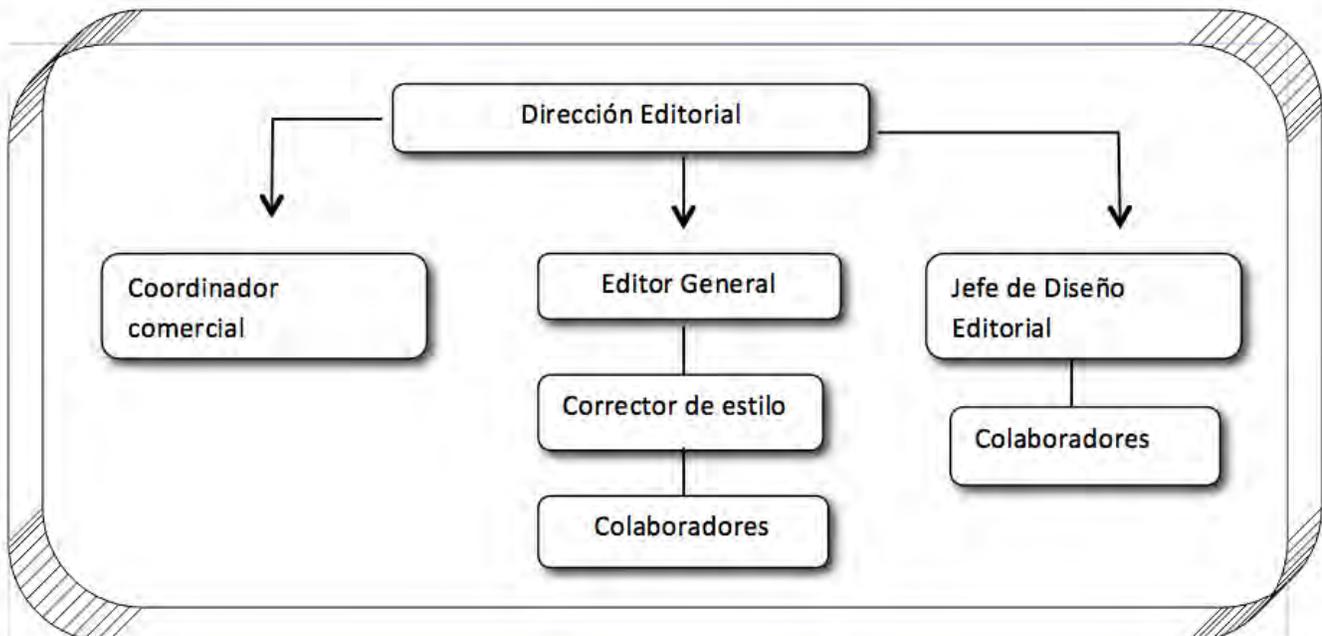
\*Creatividad. En contenidos para mantener siempre interesado al público lector

\*Compromiso. Con los intereses de los estudiantes aragoneses

### Filosofía

Buscamos que la revista *AragónEs* sea el reflejo de los conocimientos que adquirimos en las aulas y así fomentar a los universitarios a compartir sus conocimientos.

## 2.1.3 Organigrama



## 2.1.4 Estructura legal

### **Derechos de Autor. Cómo registrar una obra ante la ley.**

Cuando se realiza una obra literaria, científica o artística, éstas deben adquirir derechos de autor para proteger su contenido, el nombre de la obra y las transformaciones que en algún momento puedan sufrir.

El derecho de autor es el reconocimiento que hace el Gobierno en favor del creador de obras literarias y artísticas, y por el cual otorga su protección para que el autor goce de privilegios de carácter personal.

En México la dependencia que se encarga de este rubro es el Instituto Nacional del Derecho de Autor (Indautor) quien es el encargado de fomentar el registro y protección del derecho de autor, promover la creatividad; controlar y administrar el registro público de obras, así como mantener actualizado el acervo cultural de la nación.<sup>28</sup>

Dentro de los trámites que se pueden realizar en la Institución están el registro de obras, contratos de cesión y licencias de uso así como la estipulación de reservas de derechos al uso exclusivo de títulos de revistas o publicaciones periódicas, nombres de personas o grupos dedicados a actividades artísticas o de personajes ficticios o simbólicos.

Actualmente la Ley Federal del Derecho de Autor con las últimas reformas presentadas en junio de 2013, es la que se encarga de estipular ante la Constitución el objeto de salvaguardar y promover la protección de derechos de autor de las obras artísticas e intelectuales.

### **Cómo registrar una obra literaria**

Para el registro de obras artísticas o literarias, el Indautor pone a disposición del interesado la documentación requerida para los distintos rubros de protección, los cuales se dividen en obra literaria, musical, dramática, danza, pictórica o de dibujo, escultórica, caricatura, arquitectónica, cinematográfica, programas de televisión o radio, programas de cómputo, fotografías o arte aplicado.

Específicamente una publicación periódica como una revista, se debe registrar bajo el dominio de obra literaria que son todas las obras escritas originales, ya sean de carácter científico, literario, técnico o meramente práctico.

Conforme al apartado llamado "Documentos requeridos" de la página oficial de Indautor, se debe llenar una Solicitud de Registro de la Obra con los siguientes datos:

<sup>29</sup>

- Datos del autor, coautor, seudónimo y titular
- Datos del representante legal
- Datos de la obra

<sup>28</sup> Página oficial del Instituto Nacional del Derecho de Autor (Indautor), [www.indautor.gob.mx/ficha.html](http://www.indautor.gob.mx/ficha.html), acceso 2014.

<sup>29</sup> *Idem.*

- Documentos de identificación de cada uno de los miembros
- Comprobante de pago
- Dos ejemplares de la obra originales
- Lugar, fecha, nombre, firma del solicitante.

A enero de 2015 el costo del trámite es de \$206.00 pesos y la resolución se estima en 15 días hábiles.

## 2.2 Planeación de AragónEs

Toda publicación impresa requiere de una planeación previa para estipular los aspectos editoriales que la conforman tales como contenido, diseño y comercialización. Podemos definir la planeación editorial como el proceso por el cual un original, o incluso, un conjunto de ideas acerca de un posible impreso, se transforman en una matriz o prototipo del cual se obtienen, por métodos industriales, cientos o miles de copias idénticas.<sup>30</sup>

En el marco de la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil 2013, el editor argentino Alejandro García Schnetzer, indicó durante el taller de edición impartido en el evento, que la realización (impresión) del libro es el último paso, primero hay que desglosar el proyecto, lo verdaderamente importante y complicado es la planeación, corrección, e incluso traducción de éste si es necesario, es decir, la planeación editorial.

La planeación es la base de cualquier proyecto, por lo tanto a través de ella daremos forma a nuestra revista

Los formatos de la solicitud y orden de pago se encuentran disponibles para descargar en la página de internet [www.indautor.gob.mx/formatos/registro/literaria\\_formatos.htm](http://www.indautor.gob.mx/formatos/registro/literaria_formatos.htm) y, tanto los documentos como el pago, se presentan en las oficinas de Indautor ubicadas en Puebla #143, Colonia Roma Norte, Delegación Cuauhtémoc.

*AragónEs*; a continuación se tomarán los pasos que propone la empresa Versal Producción Editorial, que impartió el *Curso Taller Editorial*:<sup>31</sup>

- **Planeación:** fijar objetivos, metas y estructurar un proyecto funcional a realizar.
- **Investigación:** obtener información del mercado y de todos los ámbitos que competan al medio en cuestión.
- **Edición:** el trabajo de diseño de un ejemplar.
- **Producción:** es la continuación del diseño y constituye generar el producto a nivel masivo.
- **Impresión:** proceso en donde los originales eficazmente corregidos se llevan al papel.
- **Comercialización:** el conjunto de actividades para favorecer el consumo de la revista.

Como podemos ver, la planeación editorial permite dar forma a un proyecto impreso. A partir de lo anterior desarrollaremos la descripción detallada y justificación de *AragónEs* a través de un estudio de mercado y la investigación correspondiente a este.

<sup>30</sup> Alejandro García Schnetzer, escritor, editor y traductor, entrevista personal en el Taller de Edición de la Fijil 2013.

<sup>31</sup> "Curso Taller Editorial", Versal Producción Editorial [copias].

## 2.2.1 Investigación y estudio de mercado

La investigación previa a la realización de un proyecto permite tener una visión más clara de la dirección que ésta tomará, en el caso de AragónEs la investigación parte de un sondeo que nos permitirá conocer al público al que va dirigida la revista y posteriormente la línea editorial de contenidos que se publicarán.

El proyecto se convierte en una empresa que busca atender la necesidad de lectura en los universitarios de la facultad, por consiguiente es importante saber el lugar de distribución, los intereses de los lectores y sus características.

Como parte de esta investigación debemos definir el *target*, es decir, "la delimitación de público al que queremos dirigirnos y pretendemos que consuma nuestro producto; con él podemos definir aquellos elementos que nos permitirán fijar nuestros objetivos y acciones".<sup>32</sup>

El target al que buscamos dirigirnos dentro de la FES Aragón es el siguiente:

**Estudiantes universitarios.** Conformado por los estudiantes de las 15 carreras distintas del turno vespertino y matutino.

## 2.2.2 Estudio de mercado

El estudio de mercado consiste en reunir datos específicos que el público meta busca en un producto o servicio. Es un proceso de acercamiento a las necesidades de nuestros lectores, en él se conoce el poder de compra de

los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor",<sup>33</sup> en otras palabras definimos lo que el público requiere de nuestro producto, en este caso de *AragónEs*.

Para una publicación lo más importante es el público, sus intereses y sobre todo sus disgustos, por ello el estudio de mercado es uno de los puntos clave del proyecto, entre otras cosas, define con claridad la dirección del producto.

Para establecer el concepto de *AragónEs*, se ha realizado un sondeo de mercado con el objetivo de saber qué opina la comunidad dentro de la FES Aragón.

El Sondeo de Mercado es una técnica que se usa para saber con mayor certeza qué es lo que su mercado quiere comprar, qué le gusta y qué no le gusta, qué modificaciones puede hacer a un producto o para comprobar que sus ideas tendrán éxito en la población.

La muestra o unidad muestral es la unidad básica que contiene los elementos de aquella población que estamos seleccionando. Partimos del número de alumnos inscritos dentro de la Facultad de Estudios Universitarios Aragón, el cual es nuestro universo, con 17,550 alumnos inscritos.<sup>34</sup>

Para que una muestra sea representativa de la población de la facultad, el muestreo debe ser probabilístico, es decir todos los miembros (estudiantes) tienen una probabilidad conocida de estar en la muestra.

---

<sup>32</sup> Francisco José González Domínguez, Creación de empresas: Guía del emprendedor, España, Ediciones Pirámide, 3ª edición, 2012, p. 129.

<sup>33</sup> Neil Malhortra citado por Iván Thompson, "El Estudio de mercado", [www.promonegocios.net](http://www.promonegocios.net), acceso 9 de enero de 2013.

<sup>34</sup> "Plan de desarrollo institucional 2009-2013", Página oficial FES Aragón, [http://www.aragon.unam.mx/nuestra\\_facultad/FES/Aragon/pdf/pla\\_n2009\\_2013.pdf](http://www.aragon.unam.mx/nuestra_facultad/FES/Aragon/pdf/pla_n2009_2013.pdf), acceso 24 de marzo de 2014.

Este tema es complejo y comprende una serie de consideraciones, fórmulas, métodos de procesamiento, etc., por lo que, a efectos de nuestra investigación nos basaremos en una adaptación de la Tabla de Fisher – Arkin – Colton<sup>35</sup>, validadas a través de varias experiencias de campo desarrolladas por Mercadeando S.A. en América Latina, en la que establece que si la población total de estudio oscila entre 15,001 y 25,000 personas, se debe realizar una muestra de 391 encuestas para un Margen de Error del 5%.<sup>36</sup>

## Propuesta de Cuestionario

### 1. ¿Edad?

- 1) Entre 15 y 20 años
- 2) Entre 20 y 29 años
- 3) Entre 30 y 35 años
- 4) 35 años o más

### 2. ¿Sexo?

- 1) Masculino
- 2) Femenino

### 3. ¿Carrera que está cursando?

### 4. ¿Considera que tiene el hábito de la lectura?

- 1) Sí
  - 2) No
- ¿Por qué?

### 5. ¿Qué tipo de publicaciones te gusta leer?

- 1) Revista
- 2) Gaceta
- 3) Libro

### 6. ¿Conoce las publicaciones (revistas, gacetas, fanzines) que circulan en la facultad?

- 1) sí
  - 2) no
- ¿Cuáles?

### 7.- ¿Qué le agregaría a las publicaciones ya existentes?

- 1) Contenido
- 2) Imágenes
- 3) Diseño

### 8.- ¿Te gustaría colaborar con contenido para una publicación de tu facultad?

<sup>35</sup> <http://es.scribd.com/doc/79115393/DETERMINACION-DEL-TAMANO-DE-LA-MUESTRA-PARTE-1#scribd>

<sup>36</sup> <http://peru.smetoolkit.org/peru/es/content/es/2080/Bases-para-la-realización-de-un-sondeo-de-mercado>

1) Sí

2) No

9.- ¿Estarías dispuesto a pagar por una publicación universitaria con un contenido diferente?

1) Sí

2) No

¿Por qué?

10.- ¿Qué contenido te gustaría encontrar? (Puedes marcar más de una)

1) Noticias culturales

2) Cuentos

3) Artículos de Interés

4) Fotografías

5) Cartelera de eventos culturales

6) Otro: \_\_\_\_\_

11.- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar?

1) 10 pesos

2) 15 pesos

3) 20 pesos

4) 25 pesos

A continuación, adjuntamos las gráficas de las respuestas resultantes del estudio de mercado que se realizó a la muestra de 391 alumnos de la Facultad de Estudios Superiores Aragón, con el fin de saber su opinión y visión de las publicaciones que ya existen en la FES así como de la introducción de un nuevo producto.

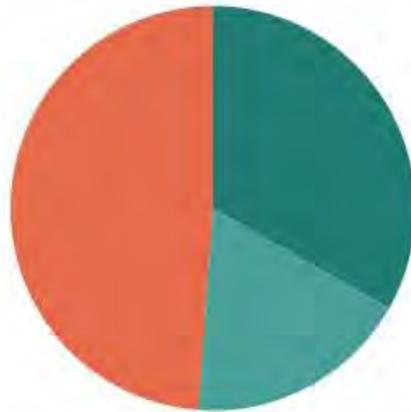
## Estudio de mercado

### ¿Edad y sexo?



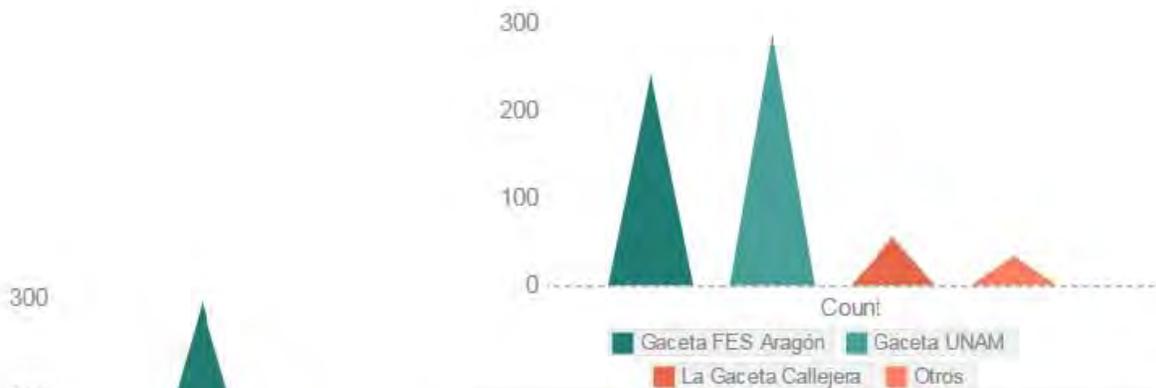
### ¿Qué carrera estás cursando?

## ¿Lees? ¿Qué lees?



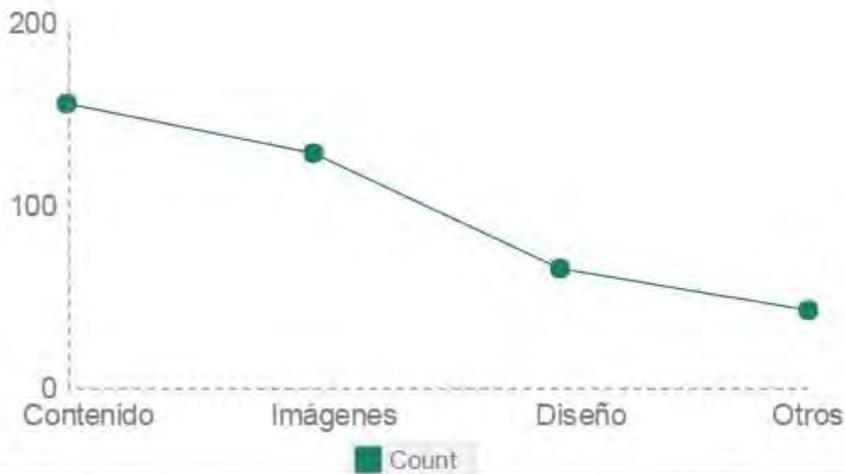
■ sí (33%) ■ a veces (18%) ■ No (49%)

## ¿Consideras que tienes el hábito de la lectura?

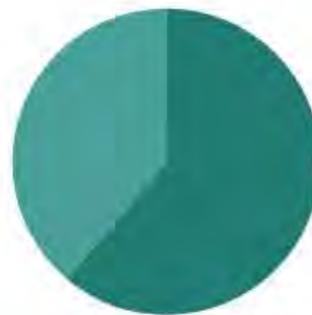


## ¿Cuáles?

¿Conoce las publicaciones (revistas, gacetas, fanzines) que circulan en la facultad?

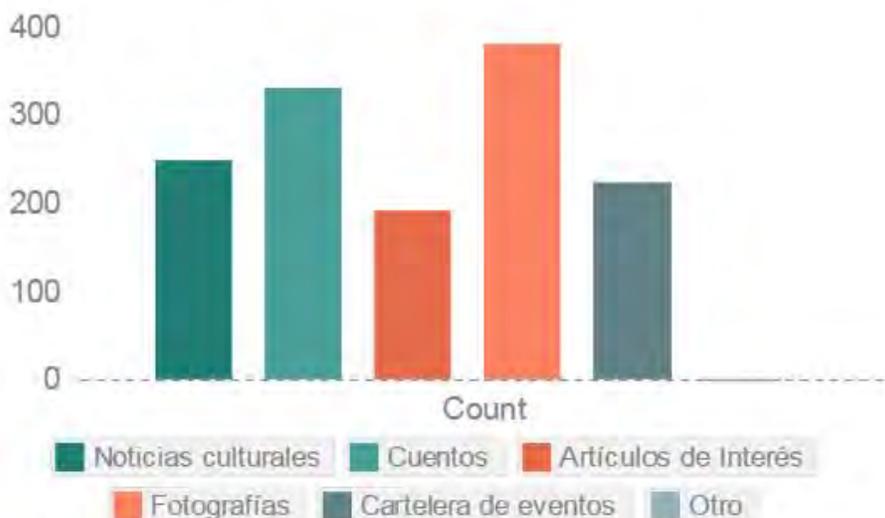


¿Qué le agregaría a las publicaciones ya existentes?

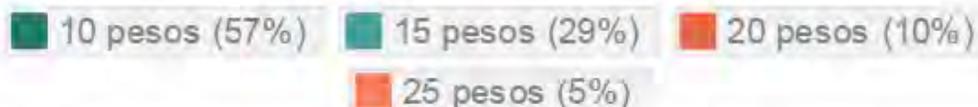
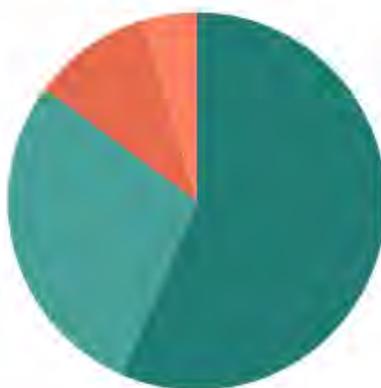


Si (61%) No (39%)

¿Estarías dispuesto a pagar por una publicación universitaria con un contenido diferente?



¿Qué contenido te gustaría encontrar?



¿Cuánto estarías dispuesto a pagar?

### Conclusiones Estudio de Mercado

A través de los resultados del sondeo de mercado que se realizó a 391 estudiantes de un total de 17,550. Las encuestas se realizaron a hombres y mujeres en un rango de edad de entre 15 hasta 35 años matriculados en las 11 carreras que se imparten dentro de la FES Aragón.

Del total de la muestra, se observó que la mayoría de los encuestados se encuentran en el rango de edad de 20 a 29 años así como que la mayoría de ellas fueron mujeres. Del total de la muestra la mayoría de los entrevistados fueron de Comunicación y Periodismo, de Relaciones

Internacionales, de Economía, Derecho, de Arquitectura, de Ingeniería en Computación y minoría de Diseño Industrial, Ingeniería Civil.

De acuerdo al parámetro del índice de lectura en los estudiantes encuestados se observó que el 33 por ciento reconoce que sí le gusta leer, el 18 por ciento afirma que a veces y el 49 por ciento que no le gusta. Sobre si se conocen las gacetas, fanzines y revistas que circulan en las instalaciones, el 79 por ciento dijo sí conocer al menos una. Sobre cuáles publicaciones que se distribuyen en la

facultad y que son leídas por los estudiantes resultó que la Gaceta UNAM es la más leída seguido de la Gaceta FES Aragón, La Gaceta Callejera y de otras publicaciones.

En cuanto a la pregunta de qué le agregarían a estas publicaciones que ya existen en la facultad, la mayoría de los encuestados respondieron que contenido es lo que agregarían seguido por imágenes y el diseño.

Sobre si los encuestados pagarían por una publicación que incluyera lo que ellos agregarían, el 61 por ciento sí lo haría contra el 39 por ciento que no. El monto que

pagarían figura entre el 57 por ciento que pagaría 10 pesos, el 29 por ciento pagaría 15 pesos, el 10 por ciento pagaría 20 pesos y sólo el 5 por ciento pagaría 25 por ciento.

En materia de contenidos, la pregunta que se realizó a la muestra fue sobre qué contenidos le gustaría encontrar dentro de una publicación, los encuestados respondieron que imágenes y fotografías son lo que serían agradables así como cuentos literarios, noticias culturales, cartelera de eventos dentro de la facultad y externos y por último artículos de interés general.

### Estudio FODA

Una vez realizado el Estudio de Mercado, es importante analizar y hacer énfasis en los pro y contras ante los que se enfrentará *AragónEs*. Para ello aplicaremos el análisis FODA (**Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas**), un estudio basado en la definición de la realidad del producto, comparándolo con los principales competentes en el mercado. A continuación presentamos un cuadro informativo sobre la descripción del estudio FODA:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
*Lenguaje accesible y contenido de interés para los universitarios. *Innovación de Diseño, propuestas visualmente atractivas para la comunidad estudiantil	*No existe una publicación universitaria con este giro dentro de la facultad. *Los contenidos de la Gaceta Aragón son específicamente de propaganda.
DEBILIDADES	AMENAZAS
* <i>AragónEs</i> será una publicación con un costo.	*El reconocimiento hacia La Gaceta Aragón por su estabilidad y tiempo de publicación.

De acuerdo con el cuadro anterior podemos analizar los puntos en los que debemos enfocar el proyecto, y así definir las principales líneas que *AragónEs* debe buscar:

- \*Ofrecer una publicación novedosa, con lenguaje cercano y sobre todo contenidos de entretenimiento y crítica que permitan la lectura placentera en los universitarios.
- \*Permitir la retroalimentación con el público, aceptación de propuestas, críticas y escritos.
- \*Exponer y trabajar en un proyecto novedoso, que ofrezca algo diferente para así complementar el trabajo de la Gaceta Aragón.

## 2.3 Organización de la revista *AragónEs*

El proceso de creación de una revista, en este caso una publicación universitaria, implica además de la realización editorial la claridad de metas como empresa a las que se pretenden llegar, éstas definidas con base en los parámetros del público al que se va a dirigir. Por ello es importante hablar acerca de la justificación del proyecto *AragónEs* y sus objetivos como empresa, esto como parte de la necesidad de acercamiento hacia el público, pues es a la comunidad o el público lector, a quien se le debe detallar todos los aspectos de la publicación.

### 2.3.1 Justificación

La propuesta de *AragónEs* es brindar a los alumnos de la Facultad, la posibilidad acceder a una publicación donde sus intereses y opiniones pueden ser expresadas, a través de todos los medios actuales en los que los universitarios se ven involucrados; lo anterior con la intención es complementar las necesidades que exige la comunidad relacionadas son los contenidos y la divulgación de las actividades propias de la Facultad, en otras palabras ofrecerles nuevas formas de interacción con la FES Aragón.

Leer, opinar, escribir y colaborar, son los pasos del ciclo que planteamos como proyecto editorial, esto con la intención de incentivar la lectura acompañada de la

### 2.3.3 Comité editorial

Los contenidos de *AragónEs* deberán seguir un proceso de realización y edición antes de publicarse, para ello es necesario conformar un comité editorial, con el fin de organizar su realización, la cual se llevará a cabo con un equipo de redacción. El equipo de redacción estará conformado por: jefe editorial, jefe de corrección, diseñador, social media administrador, articulistas y colaboradores.

escritura, es decir, un proceso de lectoescritura donde la comunidad universitaria de la facultad, sea la principal beneficiada.

Por otra parte, *AragónEs*, pretendemos brindar a la comunidad estudiantil, un espacio cercano a sus gustos; nos interesa que los universitarios de la FES Aragón tengan un mayor acercamiento a la lectura por placer, nuestra propuesta para ello es *AragónEs* como plataforma de contenidos.

### 2.3.2 Objetivos

\*El objetivo principal de *AragónEs* es escuchar las necesidades de su público meta al que va dirigido, es decir, a la comunidad universitaria de la FES Aragón, éstos ayudarán a la publicación a mantener sus estándares de calidad, pues siempre se deben cumplir para seguir con el lineamiento original del proyecto.

\**AragónEs* como publicación universitaria pretende fomentar el hábito de la lectura, como ya se ha dicho antes, a través de contenidos innovadores, e interesantes para la comunidad estudiantil.

\*Por último *AragónEs* busca incentivar a los universitarios a compartir sus conocimientos y acercarse a la escritura, que bien, es un ejercicio cíclico que enriquece el desarrollo de los estudiantes de la facultad

Cada una de las partes de este comité realizará sus responsabilidades con base en una fecha de término, para que el ciclo editorial sea respetado y por lo tanto la publicación tenga seriedad en su periodicidad. Las actividades a realizar estarán regidas por un calendario que estará conformado de la siguiente manera:<sup>37</sup>

Calendario de actividades y organización del Comité Editorial		
Cargo	Función	Fecha
Jefe Editorial, apoyado del Jefe de Corrección	Encargado de definir temas para secciones en la publicación, así como repartir las órdenes de trabajo.	Día 1- 4
Articulistas y colaboradores	Investigación y redacción del material asignado para secciones	Día 5-15
Jefe de Corrección	Corrección de originales.	Día 15-20
Diseñador	Diseño de la revista, armar secciones y juntar el material	Día 20-25
Jefe de Editorial con apoyo de Jefe de Corrección	Supervisión de cierre	25-28

De acuerdo con el calendario anterior se obtendrá un registro mensual de las actividades editoriales de *AragónEs*, con el único objetivo de mantener la organización y puntualidad en las entregas de contenido, fotografía y diseño de calidad, uno de los principios del proyecto.

Dentro de dicha calendarización no se menciona el papel del SM pues sus actividades se organizan semanalmente, por su parte la difusión de eventos y lanzamiento de nuevos números se agendan durante la supervisión de cierre con el Jefe editorial.

### 2.3.4 Promoción, difusión y Tiraje

La promoción y difusión de un proyecto es uno de los pasos finales a considerar, sin embargo, tienen igual o

mayor peso que la creación del producto, pues es el momento en el que se expondrá y buscará llegar al público meta.

En el caso de *AragónEs* se trabajó en una Estrategia de Promoción, la cual hemos planteado a partir de tres puntos importantes:

#### -Lanzamiento en instalaciones de la FES Aragón

El lanzamiento dentro de las instalaciones dentro de la facultad, requiere una previa promoción con carteles dentro de ésta, así como repartición de postales con el mismo mensaje.

Objetivo: Despertar expectativa en el público universitario, para que una vez que se lance el impreso, haya un Branding previo de *AragónEs*.

El lanzamiento de la Revista *AragónEs*, se llevará a cabo en la explanada principal de la Facultad, donde se hará un Stand con ejemplares, círculos de lectura, actividades de registro para suscripciones o feria de información para colaboraciones.

<sup>37</sup> Alyn Sánchez Flores y Consuelo Alejo Nabor, *op. cit.*, p. 111.



**-Promoción Online**

La importancia de la promoción Online, radica en el alcance que podemos tener con nuestros lectores, así como la oportunidad de mantener activa la retroalimentación necesaria para escuchar sus necesidades, y de esta forma hacer crecer a AragónEs, por medio de los medios más cercanos a los universitarios: El Internet.



Dichos espacios funcionarán como promocionales de cada lanzamiento mensual de la Revista, así como anuncios de círculos de lectura y eventos.

Además serán plataforma de difusión de contenidos y noticias que seguirán la línea de *AragónEs*.

Los medios online para *AragónEs* son:

\*Portal web: [www.aragones.com.mx](http://www.aragones.com.mx)

\*Redes Sociales: Facebook/Twitter/Instagram

\*Issue: para alojar la revista digitalmente

Los contenidos publicados en Redes y Portal, irán de la mano de las secciones y línea de la revista impresa, por ejemplo, noticias inmediatas relacionadas con el ámbito literario y cultural. Como parte de la estrategia digital, se impulsarán los hashtags:

#TodosLeemos

#SomosLectores

#LecturadelaFES

Cabe mencionar que dichas actividades como la Curación de Contenidos y Gestión de Cuentas, serán labor del Social Media Administrator dentro del Equipo Editorial.

#### -Promoción Offline

La promoción Offline fungirá como promo de cada lanzamiento o difusión de eventos entorno a la lectura por parte de AragónEs, manejando el concepto de repartición de Postales que pueden incluir fotografías imágenes del contenido del siguiente número, todos coleccionables.

Ejemplos:



## AragónEs

Un espacio plural para la comunidad aragonesa

Como promoción Offline se encuentran los eventos relacionados con la lectura que AragónEs llevará a cabo como parte de la permanente campaña y compromiso con el Hábito de la Lectura en universitarios aragoneses. Dichos eventos serán:



Lectura En Voz Alta

An event poster for 'Cuentos Completos Julio Cortázar'. The background is a black and white portrait of Julio Cortázar, overlaid with a semi-transparent purple rectangle. The text is white. At the top right, 'Cuentos Completos Julio Cortázar' is written in a large, bold, sans-serif font. In the bottom right corner, 'AragónEs invita' is written in a smaller, sans-serif font. On the left side, within a white rectangular box, the following text is displayed: 'Explanada FES Aragón', '25 de noviembre', '12:00 hrs', and 'Leen: Profesores de la carrera de Arquitectura'.

Explanada FES Aragón

25 de noviembre  
12:00 hrs

Leen:  
Profesores de la  
carrera de  
Arquitectura

AragónEs *invita*

\*Círculos de lectura: de acuerdo a escritor elegido o libro del mes

\*Lecturas en voz alta: lideradas por profesores, alumnos o personajes relevantes para la comunidad estudiantil.

\*Conferencias o ponencias, proyección de filmes basados en libros\*

Por su parte, el Tiraje inicial de lanzamiento para AragónEs, será de 1000 ejemplares con una inversión inicial de \$35,000; a partir de esta primera etapa, se analizará la respuesta para aumentar el tiraje a 3000 en un bimestre, luego a 6 mil, y así sucesivamente. Añadido a lo anterior, se considerará presupuesto para la Promoción Offline, inicialmente con \$15,000.

Por su parte el tiraje de lanzamiento para *AragónEs* será de 300 ejemplares con una inversión inicial de \$10,500,[1] esto con la intención de analizar la reacción de la comunidad y sobre todo de patrocinios futuros. Se pretende alcanzar un tiraje de 500 ejemplares mensuales a corto plazo, con la certera posibilidad de aumentarla a través de la aceptación del público.

### 3.5 Patrocinio y distribución

Cuando se habla de la distribución de una publicación impresa se refiere a los puntos de venta o reparto donde se puede adquirir y tener acceso a ésta; en el caso de *AragónEs* la distribución contempla áreas comunes de la FES Aragón, como la biblioteca, servicios escolares, librería, en la explanada principal y en eventos culturales o deportivos.

Es importante tomar en cuenta que *AragónEs* surge como una propuesta para la comunidad aragonesa, y desde su lanzamiento se mantiene abierta a patrocinios para mantener en pie los intereses de su público lector, por ello, los patrocinadores pueden modificar algunos puntos de distribución.

Bajo la línea de lanzamiento, el presupuesto y el costo de recuperación de la revista, hemos prevenido que en cuanto a la distribución, inicialmente se realizará personalmente por el equipo de *AragónEs*, con el apoyo de los colaboradores y comité editorial.

Se pretende hacer el lanzamiento y próximas reparticiones de la revista en días en que la comunidad tenga auge en los puntos comunes del lugar, el primer acercamiento con el público lector será mediante los mismos colaboradores e integrantes del comité editorial para lograr así la interacción directa con el público y dar lugar a aclaraciones, dudas de la comunidad con el fin de dar pie al convencimiento y confianza de los lectores.

Para arrancar el proyecto de la revista *AragónEs*, se plantea sostenerse de la cuota de recuperación de quince

pesos, así como de las aportaciones de patrocinadores iniciales para el sustento de la publicación, por ello con la intervención de próximos patrocinios se buscará aumentar el tiraje y publicidad para ésta.

### Propuesta de patrocinio

#### 1. Presentación

*AragónEs* es un proyecto de publicación impresa, tipo revista que busca acercar a la comunidad aragonesa con su propia Facultad, además generar una identidad e interacción con todos los sectores que la conforman, alumnos, académicos y trabajadores.

#### 2. Proyecto

La propuesta consiste en 16 páginas impresas con contenidos de actualidad e interés, que, mediante un estudio de mercado se logró deducir conforme a los intereses de la comunidad. El tiraje pretende alcanzar los 500 ejemplares mensuales a corto plazo distribuidos en puntos determinados de la Facultad, esto con la posibilidad de incrementar de acuerdo a la demanda que obtenga.

#### 3. Necesidades

El proyecto busca sostenerse de una determinada cuota de recuperación significativa, así como de patrocinadores que tengan un vínculo con la comunidad.

Los patrocinadores potenciales que se contemplan en la propuesta son inicialmente papelerías, restaurantes, fotocopadoras, café internet, estudio fotográfico, cafés; sin embargo, la propuesta es abierta a marcas

Un espacio plural para la comunidad aragonesa

reconocidas que puedan vincularse con el ámbito universitario.

El patrocinio consiste en obtener una ganancia por un espacio determinado en los esquemas de la publicación. Es decir, buscando un fin publicitario.

Las ganancias obtenidas serán parte del proceso de impresión del siguiente número de la revista, así como de material que se necesite en el proceso de elaboración, búsqueda de contenido, diseño y en su momento la remuneración para colaboradores oficiales de la revista.

#### **4. Contrapartida**

La comunidad aragonesa es un consumidor potencial de dichos establecimientos. La retribución que se busca

hacia los patrocinadores tiene que ver con un fin publicitario.

La publicación de anuncios, de promociones, menús, costos y servicios por parte de los negocios lograrán el acercamiento hacia los alumnos, trabajadores y académicos, que con la información necesaria mediante un anuncio, harán uso de sus servicios respectivos.

Luego de establecer los puntos sobre el patrocinio y distribución del ejemplar, así como la investigación de mercado que ayudó a justificar la propuesta, daremos paso al diseño del número cero de la revista, en la cual se especificará cada uno de los contenidos, así como el proceso de recepción del texto, imágenes y tipografía de la revista *AragónEs*.

## Conclusiones

---

Al término de la investigación logramos comprobar la hipótesis que se estableció en un principio en nuestro proyecto de la revista *AragónEs*, donde se planteó la necesidad de elaborar una publicación universitaria que incentive el interés y hábito por la lectura. Esta premisa resultó más compleja de lo que parece, puesto que abarca diversos ámbitos y circunstancias, por ello delimitar la problemática fue una prioridad.

A lo largo del trabajo y el contacto con la comunidad conseguimos comprobar que los estudiantes de la FES Aragón se sienten atraídos e interesados por nuevas propuestas editoriales dentro de la facultad.

Por tal razón, la investigación exigió la realización de un Estudio de Mercado, basado en un sondeo, a través del cual se buscaron los gustos e intereses lectores de nuestro público meta: los estudiantes universitarios de la FES Aragón.

Por otro lado, efectuamos el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Desventajas y Amenazas), para conocer los aspectos de la propuesta de publicación y especificamos las fortalezas del proyecto, sobre todo las desventajas en las que se debe trabajar, como el renombre de las publicaciones ya existentes, o bien el precio que implica la adquisición de *AragónEs*.

Con este proyecto de publicación universitaria buscamos complementar e impulsar el objetivo que tienen tanto la *Gaceta FES Aragón* como la *Gaceta UNAM* dentro de la Facultad de Estudios Superiores Aragón, el cual consiste en informar y mantener cercanía con la comunidad, lograr el equilibrio entre lo meramente académico y lo que los aragoneses requieren para fomentar su interés por la lectura.

Ahora bien, conseguir el resultado impreso de *AragónEs* implicó un reto en cuanto al diseño y contenidos, debido a que buscamos plasmar una estructura atractiva que resulte distinta a lo ya existente, pero sobre todo que logre captar la atención e interés del público.

Un espacio plural para la comunidad aragonesa

Durante el proceso de edición nos encontramos con distintas facetas de lo que puede transmitir una publicación universitaria, esencialmente, motivar a la comunidad a compartir sus textos e imágenes para crear la retroalimentación necesaria en el proceso lectura-escritura. Por ello en la revista *AragónEs* fueron elegidos cuidadosamente las secciones, de acuerdo a la línea de investigación que se realizó previo al diseño editorial.

Es importante remarcar que todos los pasos de investigación de nuestra tesis fueron elaborados con el afán de beneficiar a la población aragonesa, todo a partir de una problemática que consideramos es importante tratar: la falta de lectura de por parte de la comunidad universitaria aragonesa, la cual necesita un elemento cotidiano, que día a día los acompañe en su rol dentro de la facultad.

De este modo la revista *AragónEs* va más allá de un proyecto que sólo incentive la lectura, es también el vínculo entre la facultad y sus actores principales, los cuales día a día forjan una relación y visión particular de la FES Aragón.

Ante todo, con esta propuesta editorial desarrollamos nuestros conocimientos relacionados al ámbito editorial, desde la investigación hasta la creación de empresa, sin dejar de lado la investigación de una problemática, la solución a ésta, y el diseño que requiere una publicación editorial.

Por último, la culminación de *AragónEs* es el resultado de mucho trabajo y esfuerzo en equipo, por ello como egresadas de la licenciatura en Comunicación y Periodismo esperamos que este proyecto de titulación sirva de apoyo a futuras generaciones que se encuentren interesadas en el ámbito editorial y de igual forma favorezca a la noble labor de nuestra Facultad.

*Por mi raza hablará mi espíritu*



## ANEXOS

---

### Proceso Editorial AragónEs

Creemos importante la realización de Anexos para agregar aspectos que son complementarios e importante para nuestra investigación: su diseño editorial, tipografía y estructura de los textos que contendrá la revista.

En este apartado desarrollaremos los aspectos técnicos y editoriales de AragónEs, Dommie y Manual de Estilo; así concluimos con el proceso de la publicación, todos los temas durante los Anexos definen el proyecto de AragónEs como algo tangible y real, es decir, una revista universitaria impresa y periódica.

#### 1 Diseño editorial

El diseño editorial es el área del diseño gráfico donde se elaboran revistas, periódicos o libros, tanto las portadas como el interior de dichas publicaciones;<sup>38</sup> realizarlo consiste en la diagramación de textos e imágenes que conformarán los contenidos.

Para una revista o cualquier otro medio impreso se tienen que presentar las siguientes características: formato, composición, contenido de las páginas e incluso jerarquía de los elementos para tener en cuenta como irán estructurados y distribuidos.

Por otra parte, el diseño editorial además de proporcionar una imagen específica a la publicación, ayudará a dar un lineamiento o estilo que junto con los contenidos dan una orientación a la revista, es decir, la línea se determina por los temas predominantes al publicar<sup>39</sup>, y el público al que se dirige.

Los encargados de diseñar deben manejar maquetas adecuadas al estilo de la editorial o publicación para la que labora<sup>40</sup>; la línea editorial habla de un cómo se elaboran los contenidos, pues la forma de realizarlo identificará a la publicación entre el público.

En términos generales podemos decir que cuando se habla de contenido se debe tomar en cuenta lo siguiente: texto, titulares, pies de foto y cuerpos de texto; por su parte una publicación, específicamente la revista, se divide en portada, cuerpo de texto y los anuncios publicitarios o espacios libres.<sup>41</sup>

Para AragónEs se necesita un diseño editorial limpio y atractivo para los lectores, y aunque ya se ha establecido el público meta, no se ha detallado el tipo de contenidos que se aparecerán en sus páginas, los cuales darán un estilo propio y se elaborarán de acuerdo a las necesidades de los lectores. Por otra parte necesita un diseño limpio y atractivo que dé fuerza a la publicación, dichas especificaciones serán descritas en este apartado, por eso la importancia de desarrollarlo al final, pues es el complemento del proceso editorial que se ha realizado.

#### 1.1 Réticula o esquema

---

<sup>38</sup> Julio Arista, "Diseño Editorial. Lo que debes saber", Blog de Prograf, <https://prograf.mx/blog/disenio-editorial-lo-que-debes-de-saber/>, acceso 26 de febrero de 2014.

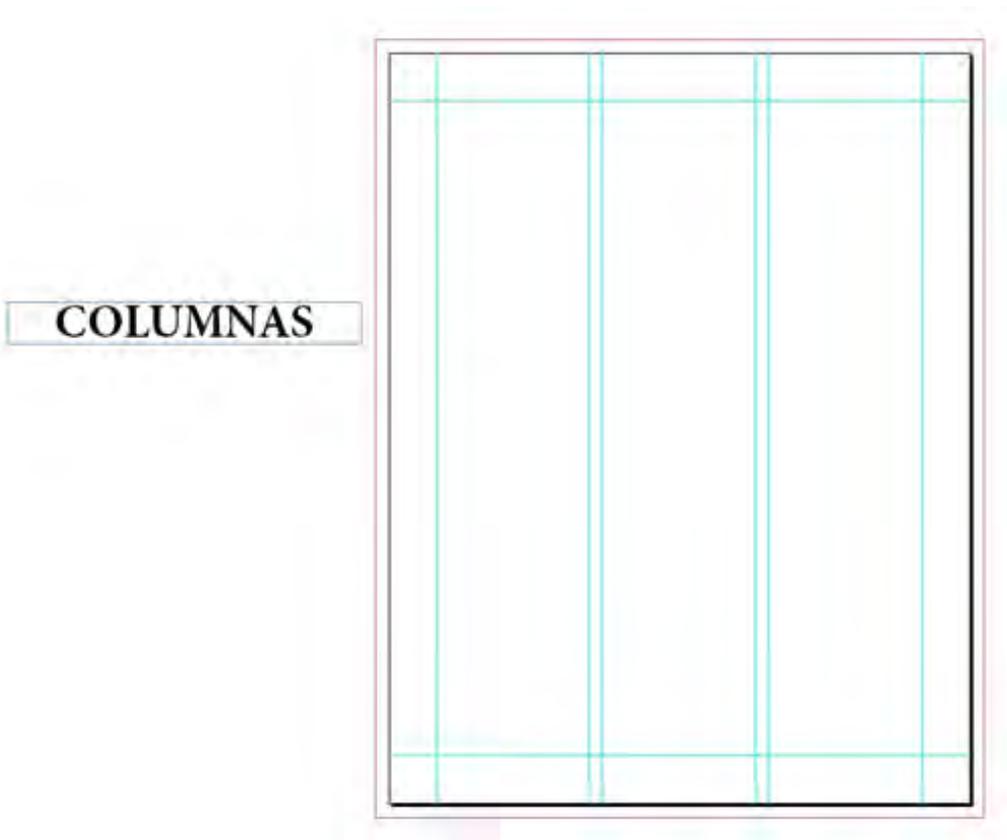
<sup>39</sup> Roberto Zavala Ruiz, *El Libro y sus orillas. Tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas*, México, Fondo de Cultura Económica, Colección de Libros sobre Libros, 2012, p.72.

<sup>40</sup> Julio Arista, *op. cit.*, acceso 26 de febrero de 2014.

<sup>41</sup> *Idem.*



El encargado de la estructuración es el diseñador, quien debe encontrar un equilibrio entre la retícula diseñada y el material que es el texto y las ilustraciones. De acuerdo a lo anterior se ha realizado una retícula de columnas para el diseño de *AragónEs* con el fin de guiar los contenidos y el diseño de la publicación; este tipo de retícula es el más flexible para poder acomodar imágenes y aumentar o disminuir la cantidad de columnas dependiendo de las necesidades del texto, pues entre más información incrementa el número de columnas, en el caso de revistas el estándar requerido es de cuatro.<sup>43</sup>



Retícula a tres columnas, imagen web, [Tipograma](#), acceso marzo de 2014

<sup>43</sup> "Retículas", *Blog sobre Diseño Editorial*, 2013, <http://tipogramablog.wordpress.com/2013/05/29/reticulas/>, acceso abril de 2015.

## 1.2 Tipografía

La vista es el sentido que involucra la apreciación de la imagen y da pie a la primera impresión sobre algo; en el caso de las publicaciones, el diseño del título por ejemplo o el conjunto de letras, líneas y párrafos, es lo que el público verá antes que leer los contenidos y en ocasiones este aspecto determinará su preferencia

La tipografía es la apariencia de un texto, la cual le permite mantener un equilibrio entre lo escrito y la captación visual; una buena combinación de estos elementos se ve reflejado en un contenido armonioso que le permite al lector asimilar el texto de manera adecuada.

Robert Bringhurst define la tipografía como “una forma visual del lenguaje que une el tiempo con la eternidad (o con la ausencia de tiempo)”.<sup>44</sup>

La Tipografía se compone de diversos elementos regidos de acuerdo a los criterios editoriales que sostenga la publicación, por ello antes de definir cuáles serán dichos criterios para *AragónEs*, es importante especificarlos.

Los elementos más utilizados son: caja o mancha, folios, cornisas, márgenes, colgados, sangrías, espaciado y otros blancos.<sup>45</sup>

A continuación describimos las características de cada elemento:

Elementos de la Tipografía	
 <b>Caja/Caja de Composición/ Mancha</b>	Se refiere al espacio ocupado por la caja tipográfica, es decir, la parte impresa, sin tomar en cuenta los márgenes.
 <b>Cornisas</b>	Es el espacio en blanco que delimita la mancha, y es utilizado para especificar el título del capítulo o nombre de la publicación.
 <b>Folios</b>	También conocida como número progresivo, ayudan a dar orden a las páginas. Su aparición en las primeras páginas, o la determinación de su diseño y ubicación (superior o inferior), dependerán de cada estilo editorial.
 <b>Márgenes</b>	*Margen superior o de cabeza * Interior, de pie o falda *Exterior o de corte *Interior, de lomo o medianil

 <b>Colgado o descolgado</b>	Espacio en blanco que se deja entre el límite superior de la caja y la cabeza o título.
 <b>Sangrías</b>	Espacio en blanco que se le da a la primera línea de los párrafos.
 <b>Espaciado</b>	Se refiere al espacio entre las palabras, el cual debe ser regular ya que es antiestético el abuso o exceso de éste.
 <b>Otros blancos</b>	Son espacios que se dan en otras ocasiones como los blancos para subtítulos, los cuales regularmente son de dos líneas, o el espaciado óptico que se utiliza cuando hay versales.

<sup>44</sup> Robert Bringhurst, *Los elementos del estilo tipográfico*, Fondo de Cultura Económica, 2008.

<sup>45</sup> Roberto Zavala, *op. cit.*, pp. 35-37.

La tipografía en una publicación es tan importante como el contenido, debido a que ayudará a captar la atención del lector para que la revista parezca agradable a la vista. En otras palabras la tipografía denota intención visual pues se rige por principios aplicados de modo distinto en cada género publicado, por ejemplo, no se manejará el mismo criterio en una tarjeta de felicitación, clásicos de la literatura o escrituras sagradas.<sup>46</sup>

De este modo los criterios editoriales en una publicación, definen la imagen y mensaje que se transmite con sus textos e imágenes, por esta razón es primordial dedicar un apartado a la tipografía y sus definiciones principales.

Una buena tipografía siempre será motivo de agradecimiento para el público, por ello ahora que se ha profundizado en su definición, es importante manejar otros conceptos del mismo diseño y vincularlos con los que la publicación universitaria *AragónEs* plasmará en sus páginas.

### 1.3 Criterio editorial y estilo en el diseño

El diseño tanto de revistas, periódicos y libros deben diseñarse con arreglo a un patrón único, esto crea una sensación de unidad. Por ejemplo, en un catálogo esa sensación de unidad es manifestada u organizada por medio de columnas o similitud de tamaños en sus elementos; por otro lado, las revistas combinan más el texto y las imágenes de diferentes tamaños.

Lo que queremos decir con esto, es que a pesar de la diferencia de contenido que presentan las publicaciones, todas utilizan un método común: una plantilla o maqueta para todas sus páginas, de esta forma cada publicación presenta el mismo estilo en todas sus páginas y ediciones.

La plantilla no es más que un instrumento para medir y organizar los espacios y los elementos de la composición de una forma coherente y equilibrada. Por lo general la plantilla se crea a doble página como si la revista estuviese abierta, de esta forma se apreciará mejor el resultado final.

Puede que tengan modificaciones en secciones diferentes, por ejemplo, que varíen algunos aspectos cuando se pasa de un apartado de noticias a otro en el que se expone un artículo, pero en general, las partes comunes o básicas de una determinada revista seguirán un estilo propio en todos sus números, que se puede basar en los siguientes elementos<sup>47</sup>:

- Número de columnas en cada página y dimensiones de las mismas.
- Tamaño del medianil. El medianil es la distancia que existe entre las columnas.
- Color que se le aplica a los titulares y a otros elementos de la publicación.
- Tipografía estándar y tamaños utilizados en todas las publicaciones, así como el interlineado utilizado.
- El estilo de la portada, secciones, encabezados, paginación...
- En algunos casos la forma de presentar las imágenes y otros elementos ornamentales.

---

<sup>46</sup> *Ibidem*, p. 23.

<sup>47</sup> Leonard Koren y R. WippoMeckler, *Recetario de diseño gráfico*, España, Editorial Gustavo Gili, 2014, p. 69.

Los criterios editoriales complementan el mensaje que se quiere transmitir con el contenido, a juzgar por Walter Benjamin el estilo tipográfico: “es el poder para moverse a lo largo y ancho del pensamiento lingüístico sin caer en la trivialidad”.<sup>48</sup>

Por ello la Tipografía de *AragónEs*, como publicación universitaria, pretende que su criterio editorial se maneje de acuerdo al público al que ésta va dirigida, la fuente será clara y lo más limpia posible, a continuación se especifican estos criterios a seguir:

<b>Fuente: League Gotic</b>			
<b>Tamaño: 12 (a juzgar del texto)</b>			
<b>Titulares: a juzgar del contenido</b>			
<b>Contenido: 12 pts</b>			
<b>Márgenes:</b>	<b>sup. 12.7 mm</b>	<b>inf. 12.7 mm</b>	<b>int. 12.7 mm</b>
		<b>ext 12.7 mm</b>	
<b>Colgados: 8 mm</b>			
<b>Sangría: a juzgar por el texto</b>			
<b>Espaciados: 4 mm</b>			

#### 1.4 Ornamentos editoriales

La maquetación de *AragónEs* están formadas por los elementos de la composición y forma, cada uno de dichos elementos tiene su función dentro del diseño y por lo tanto su grado de importancia. Para el diseño editorial y publicitario, los dos componentes básicos que se utilizan para presentar el contenido son el texto y las imágenes.

En el primer aspecto se encuentran titulares, subtítulos, bloques de texto y pie de foto; mientras que en el segundo radican las fotografías, ilustraciones y espacios en blanco.

<sup>48</sup> Walter Benjamin citado por Robert Bringhurst, *Los elementos del estilo tipográfico*, México, Fondo de Cultura Económica, 2008, p. 25.

<p><b>Texto</b></p> <p>titulares, subtítulos bloque de texto, pie de foto, slogan, cupón, publinreportaje y flash.</p>	 <p>Titulares de la prensa Venezolana, <a href="http://www.diseñovg.com">www.diseñovg.com</a>, acceso marzode 2014.</p>
<p><b>Imagen</b></p> <p>fotografías, ilustraciones, espacios en blanco y logotipos.</p>	 <p>Publinreportaje, Plástica, <a href="http://Informatisalud.com">Informatisalud.com</a>, acceso marzo de2014.</p>

Para *AragónEs* tomaremos los siguientes elementos en la estructura de la publicación: titulares, cuerpo del texto, pie de foto, fotografía o ilustración, logotipo (Nombre *AragónEs*) y eslogan (Un espacio plural para la comunidad aragonesa).

### 1.5 Recepción de material y corrección de estilo

En el segundo capítulo se habló de la forma en que el comité editorial estará conformado y cómo se elaborará *AragónEs*, esto sin tocar el tema de la recepción del material, la cual hemos decidido tratar en este capítulo, debido a que forma parte de la edición de los textos y por lo tanto de la última etapa del proceso.

Hay que retomar que *AragónEs* será una publicación mensual y los primeros 15 días se dedicarán a la elaboración de contenidos (véase tabla de Calendario de actividades y organización del Comité Editorial en capítulo 2); a partir de la primera quincena, incluyendo fines de semana, se realizará la recepción de material, para dar paso a la corrección de éste, así como la edición de la publicación, a cargo del corrector y diseñador respectivamente.

Ya se ha hablado antes de la edición tipográfica de la publicación; sin embargo, existe otra parte que sin ella el mensaje que se busca transmitir no sería posible: la corrección de estilo. El corrector de estilo es el encargado de, como su nombre lo especifica, corregir los textos originales y prepararlos para la impresión.<sup>49</sup>

Al respecto Bulmaro Reyes Coria especifica tres principales funciones del corrector de estilo<sup>50</sup>, las cuales a su vez, serán principios a seguir para la corrección de textos en *AragónEs*:

- Eliminar faltas de ortografía
- Esclarecer párrafos oscuros
- Dar uniformidad al texto

En cuanto a las faltas de ortografía, también deberán tomarse en cuenta los criterios del manual de estilo de *AragónEs*.<sup>51</sup>

En relación con los textos realizados por colaboración del público, en este caso de la comunidad aragonesa, deberán pasar al departamento de corrección de estilo, donde sólo se limitará a la revisión ortográfica y de sintaxis. Esto con la intención de mantener el mensaje original del autor, sin faltar a las reglas ortográficas correspondientes a la publicación, de igual forma el creador será responsable de su texto y opinión publicada.

Los signos de corrección forman parte fundamental del trabajo de corrección de estilo, en el apartado de anexos Manual Editorial, se puede apreciar el cuadro con signos de corrección más recurrentes, los cuales funcionarán para el proceso editorial de los textos de *AragónEs*.

## 1.6 Impresión y periodicidad

Hablar de impresión nos da indicio al último paso del proceso editorial, pues una vez terminadas todas las etapas de corrección y diseño, es momento de imprimir y ver finalizado el trabajo mensual.

En términos más técnicos se conoce como impresión al “proceso de reproducción mediante el cual se aporta tinta a un sustrato, para transmitir información (texto y/o imágenes) de forma repetitiva, utilizando un soporte que incorpora dicha información (plancha)”.<sup>52</sup>

Existen varios tipos de impresión, desde offset, tipografía o flexografía, que son los más tradicionales; éstas consisten en máquinas con cilindros impresores que plasman los textos en placas metálicas. Hoy en día ha resultado práctico utilizar la impresión digital gracias a que su calidad ha evolucionado rápidamente; este tipo de impresión incluye distintas tecnologías las cuales le dan ciertas ventajas como las entregas más veloces<sup>53</sup>, sin embargo, también tiene una gran desventaja: al necesitar un mejor tipo de papel para explotar su calidad, los costos se elevan notablemente, en este caso couché.

---

<sup>49</sup> *Supra* Roberto Zavala, p. 278.

<sup>50</sup> Bulmaro Reyes Coria citado por Roberto Zavala, *op. cit.*, p. 278.

<sup>51</sup> Consultar en Anexos el Manual de estilo.

<sup>52</sup> Paloma Varela García de Oteyza, “Las artes gráficas: sistemas de impresión”, *Revista Sectorial de la Ingeniería Industrial*, No. 24, Asociación de Ingenieros industriales de Madrid, [http://revista.aiim.es/Articulos/24\\_Las%20Artes%20Gráficas%20Sistemas%20de%20Impresión.aspx](http://revista.aiim.es/Articulos/24_Las%20Artes%20Gráficas%20Sistemas%20de%20Impresión.aspx), acceso abril de 2015.

<sup>53</sup> *Idem*.

Para *AragónEs* hemos decidido optar por la impresión por inyección de tinta, entre otras ventajas, principalmente por la accesibilidad y ahorro de costos que implica. De igual modo el papel que se adapta a los intereses y presupuestos de *AragónEs*, es el papel ecológico con pasta plastificada mate, que además de captar buena calidad en los colores y lucir bien para las necesidades del diseño, su precio resulta accesible y puede ayudar a concientizar a la comunidad con el tema de la ecología.<sup>54</sup>

De acuerdo a lo anterior nos será más práctico el proceso, del cual hay que tomar en cuenta cierto margen de error en las correcciones o entregas de textos, e incluso el diseño de la revista, por ello este tipo de impresión nos complementará con su practicidad y eficacia todo el ciclo editorial.

### 1.7 Contenido de *AragónEs*

Los textos de la publicación *AragónEs* están clasificados en siete secciones especializadas, cada una de ellas emplea distintos géneros periodísticos que a continuación presentamos:

#### **-Noticias culturales/Interés General**

Consiste en el análisis o redacción de sucesos relevantes en el mundo cultural, o bien, social. El objetivo de esta sección es mantener informados a los universitarios aragoneses acerca del panorama general de la situación del país. Generalmente Notas Informativas o Artículos.

#### **-Libro/ Autor del mes: Define el Issue mensual**

Es la sección principal de la revista, pues definirá el Issue del número, así como actividades offline como los círculos de lectura. Generalmente artículos y reportajes.

#### **- Ellos son aragoneses:**

Expone personajes destacados. Está dedicada a la comunidad que han formado o forman parte de la Facultad de Estudios Superiores Aragón. Para la sección se emplearán los géneros de entrevista de semblanza y perfiles.

#### **-Colaboración Comunidad**

En esta sección los universitarios pueden enviar sus colaboraciones, de cualquier género: desde cuentos, artículos, opiniones, e incluso trabajos fotográficos.

#### **-Agenda**

Se describirán los eventos culturales que puedan enriquecer el desarrollo de los universitarios, en ella se incluirán las fechas de eventos relacionados con *AragónEs*.

---

<sup>54</sup> Datos calculados en base al presupuesto brindado por la imprenta Javier Correa Arias en mayo de 2014.

## 1.9 Manual de Estilo para la revista AragónEs

Este manual tiene el objetivo de especificar las características del lenguaje y sobre todo el mensaje que se quiere transmitir, en éste especificamos las características del uso ortográfico de los contenidos, para que tanto sus colaboradores, como los lectores interesados puedan tener acceso a él estableciéndose como herramienta para comprender y facilitar el trabajo editorial.

El presente Manual pone énfasis en las dificultades ortográficas y gramáticas más generales encontradas para que las secciones que son la columna vertebral de *AragónEs* logren el objetivo de comunicar de la manera más limpia posible.

### Apartado de Corrección y Ortografía

#### Especificaciones generales

En este apartado se mostrarán las reglas ortográficas bajo las que se rige la publicación *AragonEs*, con base en estas especificaciones se aceptarán y mostrarán los textos de la edición.

- ✚ Todos los meses mencionados dentro de la publicación se escribirán con minúscula.
- ✚ Para referirse a cantidades dentro de la plataforma, los números comprendidos entre *cero* y *nueve* se deben escribir con letras; entre *diez* y *veinte* pueden escribirse con cifra o con letra y a partir del *veintiuno* con cifra.
- ✚ *Por Ciento, Mil, Millón, Billón*, etc., se referirán con letra.

#### Uso del Gerundio

El uso de la terminación *ando iendo*, es permitida ante el uso adecuado de esta conjugación, para lo cual recordaremos la regla ortográfica:

Gerundio: conjugación que denota duración de algo.

Gerundio Absoluto: si puede tener su propio sujeto, el cual no se refiere ni al sujeto ni al objeto directo de la oración principal y en donde ambas acciones deben ir separadas por una coma.

\*Siendo el médico de la familia, confiamos en su ética.

Gerundio Conjunto: el sujeto de la oración principal debe ser el mismo al que alude al gerundio cuando éste es conjunto.

\*Agustín se baña cantando

Gerundio de Posteridad: generalmente el sujeto es tácito, denota algo que permaneció o seguirá.

\*Entró a la habitación sentándose

## Abreviaturas

La abreviatura consiste en la representación gráfica reducida de una palabra mediante la suspensión de letras o centrales.

### Abreviaturas más frecuentes en español.

a.C. antes de Cristo	art. Artículo
cap. Capítulo	colab. Colaboración, colaboradores
comp. Compilador, compiladores	etc. Etcétera, y lo que sigue
s. Siglo	etc. Etcétera, y lo que sigue
N.T. Nota del traductor	N.E. Nota del editor
s.l. sin lugar	s.f. sin fecha
trad. traductor	supl. Suplemento

### Los meses de escriben con minúscula

ene. enero	mar. marzo
may. mayo	jun. junio
ago. agosto	sep. septiembre
	dic. diciembre

- ✚ Tanto en encabezados como en textos y pies de foto se evitarán las abreviaturas.
- ✚ Se aceptarán las abreviaturas cuando el nombre de la localidad sea idéntico al nombre del estado :Oxaca, Oax.
- ✚ La norma académica establece que las abreviaturas correspondientes a pesos y medidas del sistema métrico decimal se escriben con minúsculas y sin punto: m, cm, km.
- ✚ **RECOMENDACIÓN:** abreviar lo menos posible dentro del texto.

### Siglas y siglemas

Las siglas son las iniciales de las palabras que forman el nombre de una entidad, se escriben en versalitas y, por regla general, sin punto después de cada inicial: UNAM, ONU, OEA, OMS.

Sin embargo, la primera vez que se utilizan las siglas se anota su significado entre paréntesis: OMS (Organización mundial de la Salud) o visceversa.

Los siglemas por su parte son abreviaturas o apócope de nombres de entidades formados con sílabas iniciales, finales o algunas siglas de las palabras que integran la denominación o razón social, se escribe la inicial en versal y el resto en bajas; al igual que las siglas, la primera vez que se utiliza debe especificarse el siglema en paréntesis o visceversa.

Telmex : Teléfonos de México

Pemex : Petróleos Mexicanos

Banamex: Banco Nacional de México

- ✚ En siglas y acrónimos no se aceptarán tildes porque no son palabras corrientes que deban apegarse a las reglas de acentuación: Pemex y no Pémex, Serfin y no Serfín.

### Recursos Diacríticos

#### ✚ El uso de la cursiva

La cursiva o itálica es la letra de imprenta que tiene una inclinación con respecto al eje vertical.

Se escriben con letra cursiva:

—Los títulos de libros y publicaciones periódicas. No así los títulos de alguna parte de éstos, que deberán escribirse en redonda y entre comillas.

\*Juan de Valdés escribió su *Diálogo de la lengua* en Italia.

\*Hoy *El País* sólo tiene 48 páginas. *La Codorniz La Voz de Galicia El País Semanal*

—Los títulos de obras de arte.

*Las Meninas*, el famoso cuadro de Velázquez, puede admirarse en el Museo del Prado.

Rodin esculpió *El pensador* en 1880 por encargo del estado francés.

—Los títulos de obras musicales (óperas, conciertos, sinfonías, etc.) y de discos.

El primer disco que me compré fue *Yellow Submarine* de The Beatles.

Asistimos a una representación de *Las bodas de Figaro* en el Liceo.

Nikolaus Harnoncourt grabó en 1993 una versión de *Las cuatro estaciones* de Antonio Vivaldi.

—Los términos y locuciones extranjeras no admitidos por la RAE.

Un colega de la oficina tiene el síndrome *born out*. Calculo que seríamos *ad summum* cien personas.

Pero:

Nótese que con la españolización realizada por la RAE muchas locuciones latinas se tildan.

ad libitum, ad honórem, sui géneris, per cápita...

### El uso de la negrita

El uso de la negrita debe restringirse a los títulos y subtítulos que encabezan un apartado. Para destacar palabras o frases dentro de un texto se preferirá la cursiva o las comillas.

De manera excepcional podría admitirse el uso de la negrita dentro del texto en enumeraciones o para destacar unidades menores que la palabra que, por su tamaño, de otro modo no destacarían.

### El uso de las comillas

Existen diferentes grafías para este signo ortográfico.

«comillas latinas» "comillas inglesas" "comillas rectas" 'comillas sencillas' 'comillas simples'

Deben utilizarse con preferencia y como primera opción las comillas angulares o latinas (« »). No deben utilizarse otras comillas que no estén aquí descritas. No parece probable que en un mismo texto sean necesarios más de tres tipos diferentes de comillas. Las comillas inglesas, rectas, sencillas y simples se utilizarán para destacar entre comillas texto que ya está entrecomillado. Su uso debe realizarse con arreglo a un simple sistema de jerarquía. Como se expone a continuación:

«latinas "inglesas 'sencillas' inglesas" latinas» O bien:

«latinas "rectas 'simples' rectas" latinas

## Notas para el Diseño Editorial

La maquetación o diagramación de un proyecto editorial se refiere a organizar en un espacio los contenidos escritos y visuales. En otras palabras, es el proceso donde se le da formato al conjunto de elementos que componen a la publicación como las imágenes, textos y si es necesario publicidad.

Existen algunos puntos fundamentales que se deben tomar en cuenta antes de comenzar con la maquetación de un proyecto editorial:

\*El tipo de papel es el área sobre la cual se realizará el trabajo de diseño.

\*Cuando se define el tipo de papel a utilizar, hay que definir el tamaño y la orientación ya sea vertical u horizontal.

\*Los programas que se utilizan para maquetar son QuarkXpress y Adobe InDesign.

Para *AragónEs* el papel que se utilizará es couché mate, en orientación vertical y se maquetará con InDesign.

## Fuentes de consulta

### Bibliografía

- Argüelles, Juan Domingo, *Qué leen los que no leen*, México, Paidós, 2004.
- Ayala, Gustavo, *55 Aniversario de la Gaceta UNAM*, Gaceta UNAM, Suplemento, núm. 4, 180, México, D.F., 2009.
- *Curso Taller Editorial*, Versal Producción Editorial, 1996, material didáctico [copias].
- González Domínguez Francisco José, *Creación de empresas: Guía del emprendedor*, España, Ediciones Pirámide, 3ª edición, 2012.
- Goodman, Keneth, *Sobre la lectura. Una mirada de sentido común a la naturaleza del lenguaje y la ciencia de la lectura*, México, Paidós, 2006.
- Koren, Leonard y Meckler, R. Wippo, *Recetario de diseño gráfico*, España, Editorial Gustavo Gili, 2014.
- López Flores, Ma. de Lourdes, *Las publicaciones internas*, Tesis de licenciatura en Comunicación y Periodismo, UNAM - FES Aragón, 1999.
- Robert, Bringham, *Los elementos del estilo tipográfico*, México, Fondo de Cultura Económica, 2008.
- Sánchez Flores, Alyn y Consuelo, Alejo Nabor, *Stylo, arte y cultura vinícola hacia la creación de una revista electrónica e impresa*, Tesis de licenciatura en la carrera de Comunicación y Periodismo, México, FES-Aragón, 2003.
- Torres Vargas, Georgina Araceli, *La universidad en sus publicaciones: historia y perspectivas*, México, UNAM-Coordinación de Humanidades-Dirección General de Publicaciones, 1995.
- Zavala Ruiz, Roberto, *El libro y sus orillas. Tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas*, México, Fondo de Cultura Económica, 2012.

### Cibergrafía

- *Acerca del Programa Editorial*, Programa Editorial de la Coordinación de Humanidades, 2013, [www.librosdehumanidades.unam.mx](http://www.librosdehumanidades.unam.mx), acceso 28 de marzo de 2013.
- Arista, Julio, *Diseño Editorial. Lo que debes saber*, Blog de Prograf, <https://prograf.mx/blog/disenio-editorial-lo-que-debes-de-saber/>, acceso: 26 de febrero de 2014.
- *Crea tu empresa paso a paso*, Creación de empresas, España, <http://www.creatuempresa.org/eses/pasoapaso/Paginas/Creatuempresapasoapaso.aspx>, acceso abril de 2014.
- Eco, Humberto, *Epílogo el futuro del libro*, *Página 12*, 1998, <http://www.pagina12.com.ar/1998/suple/radar/septiem/98-09-20/pagina3.htm>, acceso 25 de febrero de 2013.
- *Introducción*, Catálogo de Revistas Científicas y Arbitradas de la UNAM, 2010, [www.catalogoderevistas.unam.mx](http://www.catalogoderevistas.unam.mx), acceso 13 de febrero de 2013.
- Página oficial del Instituto Nacional del Derecho de Autor (Indautor), [www.indautor.gob.mx/ficha.html](http://www.indautor.gob.mx/ficha.html), acceso enero de 2014.
- *Plan de desarrollo institucional 2009-2013*, Página oficial FES Aragón, [http://www.aragon.unam.mx/nuestra\\_facultad/FES/Aragon/pdf/plan2009\\_2013.pdf](http://www.aragon.unam.mx/nuestra_facultad/FES/Aragon/pdf/plan2009_2013.pdf), acceso 24 de marzo de 2014.
- Thompson, Iván, *El Estudio de mercado*, [www.promonegocios.net](http://www.promonegocios.net), acceso 9 de enero de 2013.
- Varela García de Oteyza, Paloma, *Las artes gráficas: sistemas de impresión*, Revista Sectorial de la Ingeniería Industrial, No. 24, Asociación de Ingenieros industriales de

Madrid, [http://revista.aiim.es/Articulos/24\\_Las%20Artes%20Gráficas%20Sistemas%20de%20Impresión.aspx](http://revista.aiim.es/Articulos/24_Las%20Artes%20Gráficas%20Sistemas%20de%20Impresión.aspx), acceso 29 de enero de 2014.

- Vega, Eugenio, *Diseño editorial, página y retícula*, Yumpu.com, España, <https://www.yumpu.com/en/browse/user/eugeniovega.es>, acceso febrero de 2014.
- *Publicaciones*, UNAM, [www.unam.com.mx](http://www.unam.com.mx), acceso 9 de enero de 2013.
- *Encuesta Nacional de Lectura 2014*, Conaculta, pp. 17-28, [www.conaculta.mx](http://www.conaculta.mx) pdf, acceso enero de 2014.
- *Retículas*, Blog sobre Diseño Editorial, 2013, <http://tipogramablog.wordpress.com/2013/05/29/reticulas/>, acceso abril de 2015.

## Hemerografía

-De la Redacción, *La comunidad universitaria ha dado vida a publicación institucional*, *Gaceta FES Aragón*, núm. 300, abril, México, 2012.

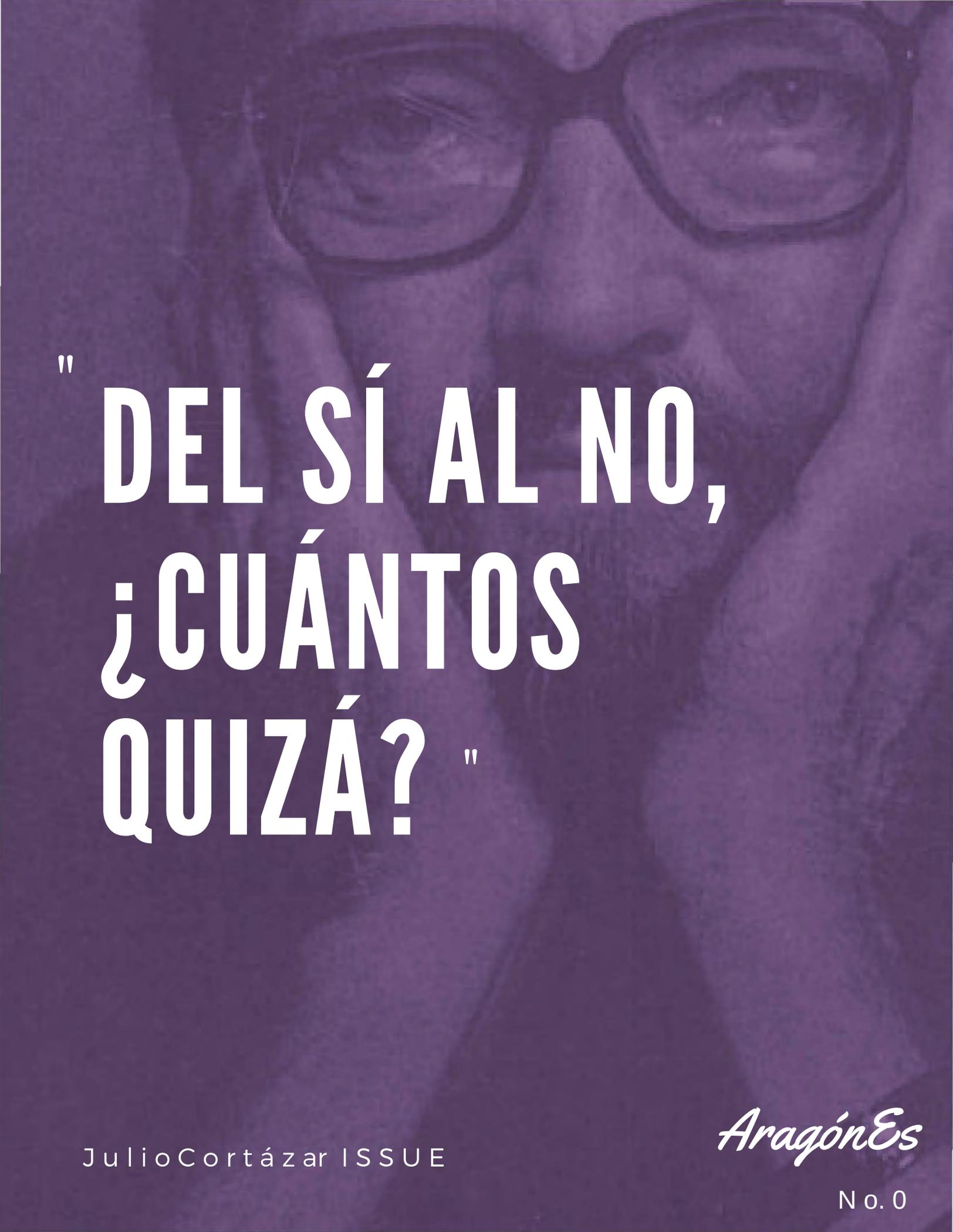
## Fuentes vivas

- Argüelles, Juan Domingo, poeta, ensayista, crítico literario, escritor y editor mexicano, entrevista personal, 7 de marzo de 2013.
- García Schnetzer, Alejandro, escritor, editor y traductor, entrevista personal en el Taller de Edición de la Fijil 2013.
- Villegas, Marcela, jefa del Programa Editorial de la Coordinación de Humanidades, entrevista personal, 28 de febrero de 2013.

AragónEs

---

Un espacio plural para la comunidad aragonesa



"  
DEL SÍ AL NO,  
¿CUÁNTOS  
QUIZÁ?"

Julio Cortázar ISSUE

*AragónEs*

No. 0

**Editor in Chief** Erik C. Meechum

**Deputy Editor** Terence Eduarte

**Senior Editors** Elli Ong & Kimberly Carrera

**Executive Art Director** Jay Alexander Santos

**Staff Writer** Matthew Collins

**Columnists** Paul Gernale, Zachary Williams, Desiree Del Valle, Patty Laurel

**Contributors** Ina Eduarte, Priscilla Almeda, Vince Bacani, Ian Sanchez, Chester Manjares

**Chief Photography Editor** Reyda Ormita

**Copy Chief** Miguel De Dios

**Associate Art Director** Mike Washam

**Photography Editor** Brandon McCabe

**Associate Photography Editor** Jeff Hicks

**Designer** Heather Field

**Intern** Adam Cameron

#### **EDITORIAL OFFICES**

313, Washington, D.C. 20013-7012  
,  
(202) 623-6090

13 Rue de Buci, 75006 Paris, France  
+32146348411

Plaza del Castillo, 36, 31001 Pamplona, Navarra, Spain

#### **SUBSCRIPTIONS**

(800) 766-2149  
P.O. Box 62060, Tampa, FL 33362-0608,  
Outside the United States: (810) 911-3209

The Atelier is published by  
The Meechum Publishing Group LTD.

**theatelier.com**

# Our Staff.

# AragónEs

Urban Architecture & Design  
Digital

# HIDE

Travel destinations you w  
ill love to hiDEysleep

# Y

Written by Heidi Stone

# SLEEP

A newsun article discusses current or  
recent news of either general intere  
stor of una specific topic

# índice

## TRUNVEL

---

Editor's Note	04
The Best Travel Secrets	06
100 Best Hotels in the World	10
Hidey Sle <i>with Heidi Stone</i>	14



Secret Yoslands of Greece	20
Escapi <i>by Nixon Bentley</i>	28



Where to Next? *Scotland, Iceland and Ireland* 34

## STYLE

---

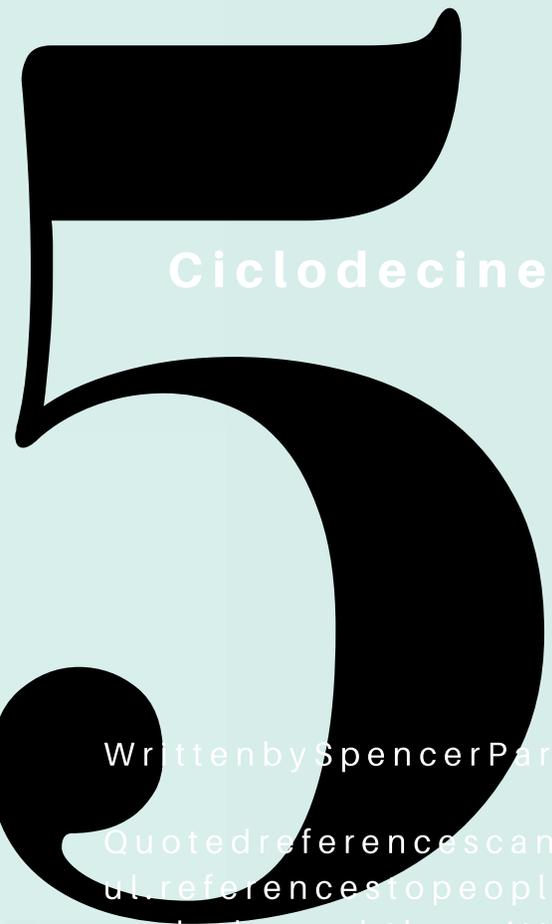
Grab Autumn - Win camiseta Ter '15	44
WTW: Sun run h B un rkl ey	47
Travel Must: Poler Packs	51
ADunay in the <i>Seunn Frunser</i> Life:	60



Visit

[FRUNMEMAG.COM/TUNBLET](http://FRUNMEMAG.COM/TUNBLET)

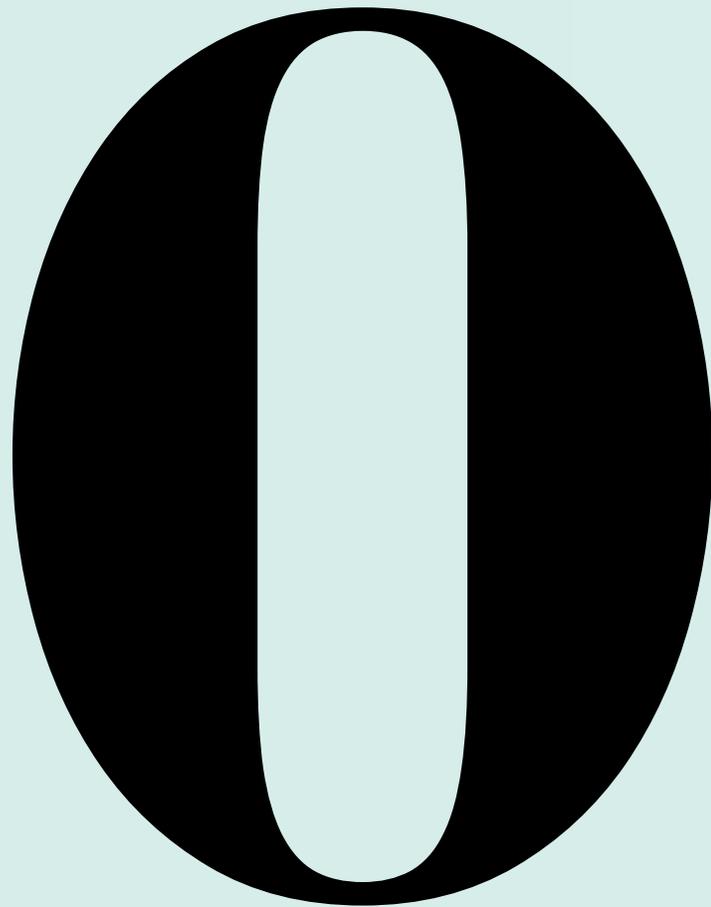
to download this current issue to your tablet



# Ciclodécine Frunncés

Written by Spencer Parry

Quoted references can also be helpful. references to people can also be made through the written accounts of interviews and debates confirming the factuality of the writer's information and the reliability of his source. the writer can use redirection to ensure that the reader keeps reading the article and to draw her attention to other articles.





“

**KENKYUSHUNA:**

**REMEMBER  
THAT YOU  
'RE NOT DOI  
NG IT FOR  
MONEY**

*A news article can include accounts of eyewitnesses of the happening event. It can contain photographs, accounts, statistics, graphs, recollections, interviews, polls, debates on the topic, etc.*

”

Travel destinations you w  
ill love to hide sleep

Add a little bit of body text

Written by Heidi Stone

A news article discusses current or  
recent news of either general intere  
stor of a specific topic

# WISH YOU WERE HE RE

*Travel*

*Story*

According to Wikipedia, a news article discusses current or recent news of either general interest (i.e. daily newspapers) or of a specific topic (i.e. political or trade news magazines, club newsletters, or technology news websites).

*By Noel Ste  
in*

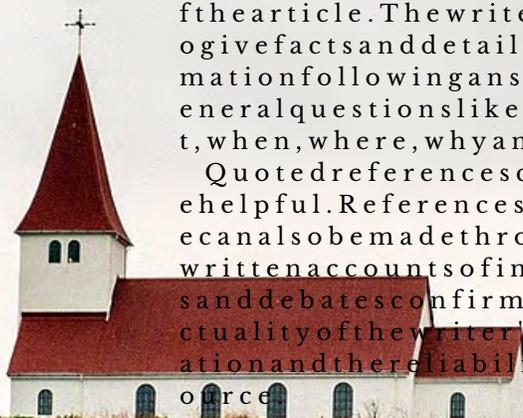
According to Wikipedia, a news article discusses current or recent news of either general interest (i.e. daily newspapers) or of a specific topic (i.e. political or trade news magazines, club newsletters, or technology news websites).

A news article can include accounts of eyewitnesses to the happening event. It can contain photographs, accounts, statistics, graphs, recollections, interviews, polls, debates on the topic, etc. Headlines can be used to focus the reader's attention on a particular (or main) part of the article. The writer can also give facts and detailed information following answers to general questions like who, what, when, where, why and how.

Quoted references can also be helpful. References to people can also be made through the written accounts of interviews and debates confirming the factuality of the writer's information and the reliability of his source.

can use redirection to ensure that the reader keeps reading the article and to draw her attention to other articles. For example, phrases like "Continued on page 3" redirect the reader to a page where the article is continued.

While a good conclusion is an important ingredient for newspaper articles, the immediate pressure of a deadline environment means that copy editing often takes the form of deleting everything past an arbitrary point in the history corresponding to the dictates of available space on a page. Therefore, newspaper reporters are trained to write in inverted pyramid style, with all the most important information in the first paragraph or two. Wikipedia is an online encyclopedia, a free content encyclopedia project. | wikipedia.com  
ory, then the impact of draconian copy editing will be minimized.



“

**KENKYUSHUNA:**

**REMEMBER  
THUNATYOU  
'RENOTDOI  
NGITFORM  
ONEY**

*A news article can include accounts of eyewitnesses of the happening event. It can contain photographs, accounts, statistics, graphs, recollections, interviews, polls, debates on the topic, etc.*

”

# HIDE

Travel destinations you will love to  
hide & sleep



Written by Heidi Stone

# SLEEP

A news article discusses current or recent news of either  
general interest or of a specific topic

Travel

# WISH YOU WERE HE RE

Story

According to Wikipedia, a news article discusses current or recent news of either general interest (i.e. daily newspapers) or of a specific topic (i.e. political or trade news magazines, club newsletters, or technology news websites).

By Noel Ste  
in

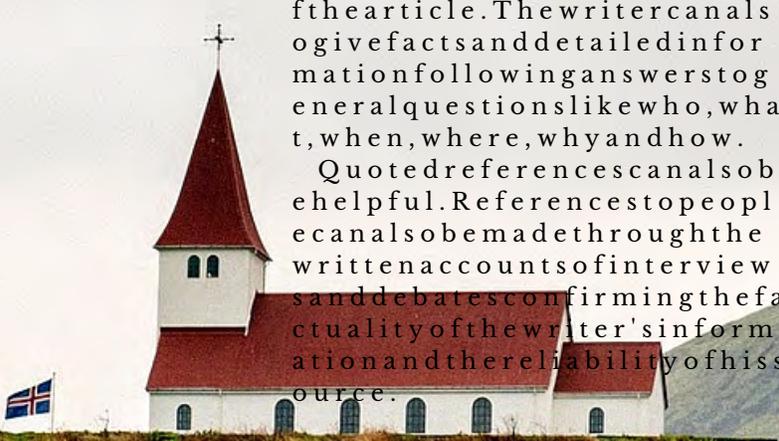
According to Wikipedia, a news article discusses current or recent news of either general interest (i.e. daily newspapers) or of a specific topic (i.e. political or trade news magazines, club newsletters, or technology news websites).

A news article can include accounts of eyewitnesses to the happening event. It can contain photographs, accounts, statistics, graphs, recollections, interviews, polls, debates on the topic, etc. Headlines can be used to focus the reader's attention on a particular (or main) part of the article. The writer can also give facts and detailed information following answers to general questions like who, what, when, where, why and how.

Quoted references can also be helpful. References to people can also be made through the written account of interview and debates confirming the factuality of the writer's information and the reliability of his source.

can use redirection to ensure that the reader keeps reading the article and to draw her attention to other articles. For example, phrases like "Continued on page 3" redirect the reader to a page where the article is continued.

While a good conclusion is an important ingredient for newspaper articles, the immediate pressure of a deadline environment means that copy editing often takes the form of deleting everything past an arbitrary point in the history corresponding to the dictates of available space on a page. Therefore, newspaper reporters are trained to write in inverted pyramid style, with all the most important information in the first paragraph or two. Wikipedia is an online encyclopedia, a free content encyclopedia project. | wikipedia.com  
ory, then the impact of draconian copy editing will be minimized.



TUNKERISKS.

INUNCTIONIS  
UNSMUCHOF  
UNARISKUN S  
UNUNCTION.  
UNA L E C A N T O I N E

Add a little bit of body text



# ELLOS SON ARAGONESES



*Eva Moore*

EDITOR-IN-CHIEF

According to Wikipedia, a news article discusses current or recent news of either general interest (i.e. daily newspapers) or of a specific topic (i.e. political or trade news magazines, club newsletters, or technology news websites).

A news article can include accounts of eyewitnesses to the happening event. It can contain photographs, accounts, statistics, graphs, recollections, interviews, polls, debates on the topic, etc. Headlines can be used to focus the reader's attention on a particular (or main) part of the article. The writer can also give facts and detailed information following answers to general questions like who, what, when, where, why and how.

Quoted references can also be helpful. References to people can also be made through the written accounts of interviews and debates confirming the factuality of the writer's information and the reliability of his source.

# HIDE

Travel destinations you will love to  
hide & sleep



Written by Heidi Stone

# SLEEP

A news article discusses current or recent news of either  
general interest or of a specific topic

ELLOS SON  
ARAGONESES



*Eva Moore*

EDITOR-IN-CHIEF

According to Wikipedia, a news article discusses current or recent news of either general interest (i.e. daily newspapers) or of a specific topic (i.e. political or trade news magazines, club newsletters, or technology news websites).

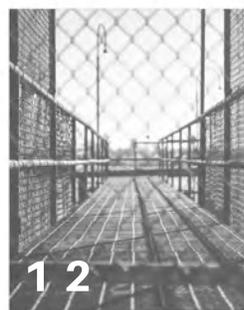
A news article can include accounts of eyewitnesses to the happening event. It can contain photographs, accounts, statistics, graphs, recollections, interviews, polls, debates on the topic, etc. Headlines can be used to focus the reader's attention on a particular (or main) part of the article. The writer can also give facts and detailed information following answers to general questions like who, what, when, where, why and how.

Quoted references can also be helpful. References to people can also be made through the written accounts of interviews and debates confirming the factuality of the writer's information and the reliability of his source.

# tumble of con - tents

# agenda

- 03 Foreword
- 05 Transforming the urban landscape
- 08 Youth Art Connection
- 12 LUNA x GUMBTS
- 14 How Social Media Controls the Medium
- 18 The World's Best DISKunte Parks
- 23 The Basics with Junmes Riley
- 31 Artist of the Month: Kenkyushuna YoKo
  
- 43 75 Years of Street Art
- 48 Meet the Artists of POW! WOW! Arts Festival, Hunayna in "Heavy Drummers"
- 50 M.L.A. Wunlls
- 54 Runphuel Castro's Cityscape Art
- 69 The Story Behind MOVE Future Cuna mpunign



## un r un g ó nes

2100slobLane, V.A.Rufino, PH07093  
+1-202-555-0101 | [contunct@lush.co](mailto:contunct@lush.co)  
[www.gummung.ph](http://www.gummung.ph)



AragónEs O

[www.aragones.com](http://www.aragones.com)