



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS
SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
Ciencias de la comunicación



Informe de investigación
Revista Mexicanísimo

Experiencia profesional
2015-2017.



Informe de investigación
Para obtener el grado de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Presenta:
Tania Mariana Torres Silva
Asesora: **María Guadalupe Ángel Colchado**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

Ciencias de la Comunicación

Informe de Investigación:

REVISTA MEXICANÍSIMO

Experiencia Profesional

2015-2017.

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

TANIA MARIANA TORRES SILVA

ASESORA: María Guadalupe Ángel Colchado



CIUDAD DE MÉXICO 2018

ÍNDICE

Agradecimientos.....	3
Introducción.....	5
Capítulo 1. Historia de la empresa y presentación de la editorial y de la revista.....	10
1.1 Nace <i>Mexicanísimo</i>	10
1.2 Misión y visión.....	13
1.3 Entrevista: Luis Jorge Arnau, dueño y fundador de la empresa.	17
1.4 Contenido editorial. Libros publicados	27
1.5 División editorial.....	35
1.6 Fines de la empresa	38
1.7 Medios y financiación	39
Capítulo 2. Estructura orgánica	40
2.1 Construcción orgánica	40
2.2 Personal. ¿Qué hace y cómo lo hace?.....	41
2.3 Actividad de intercambio: entidad - sociedad.....	46
2.4 Relaciones políticas, culturales y sociales.....	47
Capítulo 3 Mi actividad en <i>Mexicanísimo</i>	50
3.1 Mi llegada al medio.....	51
3.2 Labores designadas.....	61
3.3 Mi puesto en la empresa, recorrido laboral.....	81
3.4 Desarrollo del aprendizaje laboral obtenido.....	83
Conclusiones.....	85
Anexos.	90
Fuentes de consulta	102

Agradecimientos.

Los sueños sí se cumplen, lucha por ellos y persíguelos. No te detengas hasta lograrlo, mantente fuerte. A base de esfuerzo, empeño, compromiso y dedicación, se logran las cosas, se logran las metas propuestas en la vida. Este logro es de mí para mí.

A mis padres. Los primeros en apoyar cada paso que doy. Gracias por los consejos y los ánimos que siempre dan. Los admiro y los respeto mucho. Ustedes me enseñaron el verdadero valor de la vida y de las cosas. Agradezco las buenas y malas experiencias que hemos vivido. Sé que siempre podré contar con su apoyo incondicional. Esto es gracias a ustedes y a la educación y valores que me inculcaron, de esas ganas de salir adelante día a día. Trato de ser una mejor persona, el camino no es fácil, pero con ustedes de la mano, poco a poco lo estoy logrando. Gracias.

A mi hermano Diego. Eres una persona fundamental y muy importante para mí. Gracias por ponerme como un modelo a seguir, créeme que por ti, trato de ser una mejor persona cada día. Siempre contarás con mi apoyo condicional.

A mis abuelos. Ángel y Quica, gracias por su apoyo, en las buenas y en las malas. Los amo demasiado, doy gracias a la vida, por los abuelos que me regaló. Esto es gracias a ustedes y sus valores que nos enseñan día a día a toda la familia. Los admiro mucho, admiro su fuerza y amor a la vida.

A mis abuelos, que son mis ángeles guardianes, protectores Santos e Irene. Se lo prometí a los dos que iba a graduarme, se los debía. Ustedes me enseñaron el valor del trabajo y de obtener las cosas, siempre esforzándote, estudiando y trabajando duro. Gracias por el apoyo tanto moral, de cariño, ánimos y monetario, para mi escuela preparatoria. Los llevo siempre en mi corazón. Un abrazo hasta el cielo.

A Ser. El mejor tío que pudo existir. La vida te arranco de mi lado desde hace ya mucho tiempo. Pero siempre te encuentras en mis pensamientos y mis pasos. Tú creías en mí. Gracias tío, por tus palabras de apoyo.

A Brenda. Mi mejor amiga, amiga de toda la vida. Gracias por siempre estar ahí, por tus regalos, por tu apoyo incondicional en todo lo que hago. La admiración es mutua, porque también puedo decir que soy fan de tu empeño y pasión por tu carrera. Te adoro y gracias por tu amistad.

A Irais, Joel, Jannet, Cel y Rosa. Gracias por siempre creer en mí, darme ánimos cuando más lo necesitaba. Por alegrarse por mis logros. Los quiero y los respeto mucho.

A Mauricio Ponce. Gracias por estar en todo momento, te quiero primo. Siempre juntos. Yo también creo en ti y en tu bondad como persona.

A mis tíos. De los errores se aprende y gracias por enseñarme a levantarme y seguir. Soy afortunada por la familia que me tocó.

A mis primos. Gracias por siempre ponerme de ejemplo, eso me daba las fierezas necesarias para seguir. Quiero que sepan que el apoyo es mutuo. Los quiero.

A Alan Maciel. El único sobrino por quien hago las cosas y trato de ser mejor persona. Ser un ejemplo a seguir no es sencillo y nadie lo logra a ser por completo, gracias Alan.

A Mariana Tiburcio. Por tu apoyo incondicional, por preocuparte por mí, por ser una buena amiga de toda la vida, te admiro y te quiero.

A Alex. Gracias por ser el mejor amigo, que me ha demostrado que puedo con todo lo que me proponga. Tus palabras y tu apoyo diario, es algo que atesoro.

Al Team. Fer, Rafa, Chalo, Clau y Pao. Gracias chicos por sus palabras de aliento, los días son menos pesados con ustedes a mi lado. Me enseñaron a conocer a las personas no por la apariencia física, sino por los sentimientos, a aceptarnos como somos. Gracias por permitirme compartir hobbies con ustedes, la vida es más bonita y divertida a su lado, no importa el tiempo, ni la distancia que pueda existir. Gracias por enseñarme que los sueños sí se cumplen, cuando luchas por ellos. Amigos sin fronteras.

A Fatme. Gracias por las porras y por no dejarme caer, por estar en todo momento.

A Eri, Karlet y Caro. Gracias chicas por las risas, los regaños, por sus charlas, por su apoyo y creer en mí.

A Luis Jorge Arnau. Gracias por el apoyo siempre y en todo momento, no es un jefe como todos, es un verdadero líder, gracias por la oportunidad ofrecida, por las cosas aprendidas, por la comprensión y aliento a crecer como profesionistas. Aprendí más de lo que tenía planeado. En fin, gracias por todo.

A Mexicanísimo. La empresa que me dio la oportunidad de crecer personal y profesionalmente. Gracias a todos los compañeros de trabajo con los que crecí y conocí, gracias por ayudarme y enseñarme cosas nuevas. Gracias por enseñarme a amar a México en todos sus aspectos.

A Daniel, Mario e Ivette. Gracias por su apoyo en todo momento, la vida me puso personas increíbles, a las que valoro y admiro. Los quiero y gracias por creer en mí y siempre tomarme en cuenta. El cariño es mutuo.

Todas y cada una de las personas que pasan por nuestra vida, nos enseñan cosas buenas y malas, todas nos dan lecciones y agradezco todo lo bueno y malo, eso forja la persona que soy hoy en día y la mejor persona que quiero ser.

Introducción

Materias de la carrera relacionadas con la experiencia profesional:

Desde el principio de la carrera existieron diferentes materias que hoy en día, en mi trabajo diario, podido aplicar a la práctica profesional. Gracias a ellas, tengo el conocimiento para poder resolver problemas que se presentan día con día en una empresa editorial. Comprendo totalmente la palabra comunicación. Las materias que me han servido son:

Sociedad y comunicación. La sociedad es comunicación, todo lo que nos rodea y nuestra supervivencia en donde sea depende de la comunicación.

Taller de redacción. En el área editorial es necesario para tener un manual básico de redacción; la corrección ortográfica, de estilo y la traducción sirven para poder tener la idea y elaborar la introducción a los proyectos editoriales, el contenido editorial, para saber de qué se va a hablar en la siguiente edición y en la página web, incluso qué nuevos temas o libros se van a crear. El trabajo del corrector de estilo y del editor es indispensable para que la revista tenga temas atractivos y una línea que la diferencie de las demás, en el caso de la página web se necesita para tener contenidos interesantes y actualizados, responsabilidad del editor web.

Géneros periodísticos 1, 2 y 3. Estas materias me ayudaron a conocer más a fondo qué significan las ciencias de la comunicación, me permitieron saber qué es la comunicación, cuáles son sus diversas ramas y sus diferentes género. Una revista tiene diferentes géneros periodísticos.

Semiótica. La ciencia que estudia los signos y sus significados dentro de un entorno social, nos ayuda a ver más allá de la significación de las cosas. Los signos son tan complejos para cualquier cosa que nos ayuda mucho en la vida diaria, nos facilita entender cómo funciona la comunicación.

Opinión pública y propaganda. Conocer los conceptos básicos relacionados con la opinión pública, su evolución histórica en el mundo y su función en el desarrollo de la sociedad. Distinguir las etapas, causas y condiciones del proceso de formación de la opinión pública. Explicar qué es lo que influye en generar la opinión pública y qué es la propaganda. Nosotros como editorial queremos llegar a influir en la opinión de la sociedad (de manera positiva), que hablen de nosotros, que nos conozcan y que conozcan lo bueno de México. No manejamos propaganda política, a menos que los anuncios vayan enfocados a la política.

Publicidad. Es nuestro pan de cada día. En la teoría, recuerdo que se escuchaba fácil el término y partir de las actividades que nos dejaban, entendía mejor el concepto. Hoy en día comprendo lo importante que es la publicidad para los medios de comunicación, en ésta y en cualquier otro tipo de empresa. Si quieres generar dinero, tienes que tener una buena publicidad y generar difusión de boca en boca (recomendando directa y presencialmente al medio, con amigos y conocidos, inclusive recomendándolo por medio de redes sociales y que tus seguidores se den la oportunidad de conocerlo) para que el negocio sea fructífero.

La publicidad en mi trabajo es muy importante y para mí desarrollarla ha sido un proceso de aprendizaje continuo. Existen muchos tipos de publicidad, pero los que manejo en la práctica son la publicidad en medios impresos y la publicidad digital; nunca dejas de aprender. Su evolución es necesaria, es prácticamente lo que sostiene a la revista y a la editorial.

Teorías de la comunicación. Son básicas para cualquier carrera de la rama de la comunicación. Las diferentes teorías de la comunicación nos ayudan a entender los trabajos que podemos desempeñar en cualquiera de las variadas ramas de las ciencias de la comunicación.

Taller de corrección de originales. En esta materia conocí la situación del corrector de originales en los diversos medios de comunicación. En mi ingreso a la revista no entendía la labor tan importante que tiene un corrector de estilo, gracias a esta

persona se mantiene el estilo de los textos y si se deja un mínimo error, es una falta en la edición o proyecto en curso. Todo texto, antes de que llegue al espectador, debe de haber pasado por una corrección de estilo previa. Todos manejamos un estilo de escritura, pero el corrector es la persona final va a asegurarse de que el texto tenga lógica y esté bien escrito, para después editarlo y publicarlo en la revista, libro o sitio web. En el caso de Mexicanismo, se publican artículos, crónicas, noticias, entrevistas, reportajes, etc.

En esta materia me enseñaron lo fundamental que es el papel del editor y del corrector de estilo, persona que se mantienen en comunicación directa con los autores de artículos, entrevistas, noticias, boletines, reporteros, etc.

El estilo es del autor es su manera peculiar de escribir, de usar recursos lingüísticos y literarios; el corrector no puede reemplazarlo con el suyo, contrario: debe preservarlo celosamente por ética profesional. Su tarea es corregir sólo lo que transgrede las normas lingüísticas. Puede enunciarse, entonces, un primer principio rector: no tocará el texto original si su redacción es tan correcta que no lo necesita.

Taller de diseño editorial. La materia que más me llamó la atención, aquí fue donde aprendí qué son las empresas editoriales: qué hacen, para qué sirven, fue muy didáctica tener la posibilidad de trabajar y estudiar al mismo tiempo, pues con la práctica iba aprendiendo un poco más. Tuve la oportunidad de hacer un prototipo de revista, realicé entrevistas a todo el personal que en ese momento estaba laborando en la editorial. Me sirvió mucho para pasar y entender la materia y por supuesto, hoy en día aplico esos conocimientos. Es una rama de la comunicación genial, pero a la vez muy compleja y más si la empresa donde se hace es pequeña. El diseño editorial también va de la mano con el diseño gráfico, los diseñadores son quienes le dan su estilo y se encargan de elaborar, por ejemplo, un logo, definir los colores de la empresa o de la revista, las portadas de las ediciones, diseñan libros, “*dummies*”, también están los diseñadores de páginas web. En el caso de *Mexicanísimo* también hay una persona encargada de diseñar la página web y darle estilo. Ellos también son los que nos proporcionan las herramientas para medir

cuántos clics, impresiones y visitas hay en la página; crean enlaces; mantienen vigente la “Tienda en línea”; publican “*banners*” publicitarios y hacen dinámica la página web de la revista.

Relaciones públicas, arte y comunicación. En la escuela y en el trabajo, se entiende que todo es comunicación y relaciones públicas. Te abre camino a nuevas oportunidades saber desenvolverte en lo que haces, cada vez más despeja los horizontes en una vida profesional. Estas dos materias fueron y son muy útiles para mi estadía en esta empresa, me doy cuenta que las relaciones públicas son aparte de la publicidad, es de lo que la empresa vive. El mundo editorial es pequeño, pero muy vasto, es muy conocido y las relaciones públicas son fundamentales para mantenerse estable y en crecimiento

Comunicación organizacional. Una de las materias que llevé en la carrera y ahora comprendo lo complejo que es la comunicación organizacional en las empresas. En mi caso es ver la comunicación organizacional por medio de las dependencias de gobierno. Todas las Secretarías de Gobierno o Dependencias Federales tienen una oficina de control interno dedicada cien por ciento a la comunicación y a los medios de comunicación en algunos lugares se les llama *Comunicación social*, en algunos otros *Oficinas de comunicación organizacional*, *Dirección general de medios*, *Recursos materiales*, *Área de difusión*, *Departamento de comunicación*, *Oficina de medios de comunicación* o *Área de comunicación*. En ellas se maneja la contratación de medios, campañas publicitarias, propaganda política, todo lo que quieran difundir o anunciar, ellas son las que autorizan los anuncios y la difusión de su dependencia, ellas contratan a los medios y los valoran para trabajar con ellos en mercadotecnia y publicidad. Esas oficinas también mandan comunicados, boletines de prensa, mensajes, para que la gente los conozca o esté enterada de los eventos que hacen, es propaganda y publicidad trabajando para lograr difusión. Con estas oficinas, la editorial trabaja de la mano y está en constante comunicación, por los temas que se presenten día a día. Cabe mencionar que estas oficinas de

medios de comunicación, en el caso particular de Dependencias de Gobierno, para cualquier anuncio que desee difundir, noticia o campaña publicitaria debe tener previamente una autorización por parte de la oficina principal de la Secretaría de Gobernación (SEGOB), a su vez existe la Subsecretaría de Normatividad de Medios, donde se encuentran las Unidades Administrativas encargadas de apoyar las políticas de comunicación social del Gobierno Federal y fortalecer sus relaciones con los medios de comunicación. Ellos son quienes se encargan de autorizar cualquier anuncio o campaña, en cualquier medio de comunicación.

Así, este informe de experiencia profesional es resultado de todo lo que aprendí en mi carrera universitaria y su aplicación práctica en la revista *Mexicanísimo* un proyecto de comunicación integral que desde noviembre de 2007 se dedica a promover lo más valioso de México en todos sus aspectos. Una revista que me permitió, y lo hace en la actualidad, confrontar la teoría con la práctica, además de formarme, cada día, profesionalmente.

En este informe narro todo lo concerniente a mi desempeño laboral en la revista, es que inicié mi trabajo en ella, así como las diferentes actividades que he realizado y realizo hasta la fecha. Considero que es un trabajo que puede servir a los egresados de Ciencias de la Comunicación para que conozcan el amplio abanico de posibilidades que tiene en el ámbito laboral, pero también para que se sensibilicen sobre lo importante que resulta considerar seriamente la cuando rricula que ofrece la carrera: ninguna materia está de relleno” y quien lea este documento encontrará las razones en cada apartado de mi informe.

Tania Mariana Torres Silva

Capítulo 1. Historia de la empresa y presentación de la editorial y de la revista.

1.1 Nace *Mexicanísimo*

¿Cómo nació la revista *Mexicanísimo*, Editorial Paralelo 21 S.A. de C.V.?

***Mexicanísimo*... abrazo a una pasión**

Cierto, México tiene muchos problemas que a veces nos ocasionan desánimo, y frecuentemente lo condenamos a muerte por abandono debido a nuestra incapacidad para transformarlo y al pánico al que nos someten la violencia desmedida y la mercadotecnia del miedo de nuestros medios de comunicación. Sin embargo, nuestro país no está perdido.

En México hay crímenes, es evidente, hay narcotráfico, corrupción, impunidad, pero también hay heroísmo, trabajo, belleza, creatividad, solidaridad. Publicar esto a ocho columnas es igualmente importante. No se trata de cerrar los ojos o negar lo evidente, sino de balancear nuestra visión del país y generar un cambio que nos permita recuperarlo. Entender las miserias, pero reconocer las virtudes; hacer un juicio crítico y también soñar con lo posible; anclar y volar, lamentar y creer, sólo así podremos vivir con esperanza hacia el futuro. No se puede vivir negando la belleza. Cambiar el cristal con el que lo vemos es el punto de arranque para luchar contra nuestros problemas.

En esta revista se aplaude a quienes demuestran que no somos una sociedad de tercera; reconocemos las aportaciones que nos igualan al mundo; celebramos la belleza, la historia y la festividad de nuestras diversas sociedades, todas igualmente mexicanas.

Cuando nació esta revista la primera conclusión que se obtuvo de ella fue que hay hambre en el ambiente, hambre de un respiro de paz, de un reencuentro, de belleza serena muchas veces disparatada; de un espacio para respirar sin sobresaltos; de reconocernos como constructores de un mejor país y no sólo lamentar nuestros males como sociedad, económicos, culturales, etc. Existe un profundo deseo de aire fresco, la gente quiere leer cosas buenas de su país. No negaré que a la gente no le gusta el amarillismo, al contrario, es uno de los enfoques que más atraen junto con el morbo, pero también existe la otra cara de la moneda: gente que quiere conocer y reconocer su país. Para y por ellos nace *Mexicanísimo*, una revista que nos permite ver los colores de nuestro entorno. La gente quiere reencontrarse con el país para beneficio propio y de sus hijos.

México nos obliga a sonreír, más allá de todo lo malo que existe, porque también somos un país que quiere mejorar día con día, lo merece y lo merecen nuestros antepasados.

Así nace, crece y se forja *Mexicanísimo*.

México no es un país desahuciado. México está vivo.

Con un compromiso para colaborar en esta transformación, se crea un medio de comunicación optimista: *Mexicanísimo*, con la intención de reencontrarnos con nuestros valores, porque aquí vivimos, aquí viven nuestros hijos y vivirán nuestros nietos. Se muestra esa otra parte de México que debe ser vista, admirada, imitada y reconocida por todos. No se trata de una manipulación moralista o tendenciosa, se trata de ver al México que cada vez aparece menos en los medios de comunicación, el México que construye, sonríe, triunfa, juega; el México real que está allá afuera, creyendo en sus propias capacidades.

Nace con la idea de que el público espectador conozca, vea y reconozca la riqueza de su país.

Mexicanísimo... En busca del balance perdido

Los seres humanos, como en la naturaleza, buscamos el balance como una forma de felicidad y de supervivencia. No se puede vivir siempre en la pasividad, es ajeno a nuestra esencia. Tiempo para dormir y tiempo para trabajar, tiempo para jugar y tiempo para estudiar, tiempo para crear y tiempo para gozar lo creado. Sin embargo, en cuanto a información se refiere, la excesiva carga de notas “tremendistas” y “amarillistas” rompen ese equilibrio al que se aspira para entender y disfrutar nuestro entorno. Como, a decir de los medios, eso es lo que vende, centran toda su atención en hacernos llegar, a todas horas, lo mal que está todo, lo doloroso, lo triste, lo deplorable. ¿Pero y dónde está la belleza? Porque es un hecho que ella existe. ¿Dónde están los éxitos, los descubrimientos, las sonrisas? Quizá viven olvidadas en el fondo de las revistas y los diarios, posiblemente son la última nota en los noticieros.

Mexicanísimo quiere presentar esas noticias primero, para contribuir al balance que debe existir en los lectores, porque en eso también debemos ser equilibrados. Seguramente se pueden leer muchas noticias dolorosas en otros medios. A la editorial, por voluntad propia, le toca hablar de lo hermoso que es nuestro país.

En México hay muchas noticias buenas para dar, como las nuevas tendencias en el arte mexicano y los triunfos de nuestros adolescentes, que nos aseguran un futuro saludable y creativo. Hay impresionantes recursos en nuestro país. Para contarlos necesitamos más que un enorme calendario en piedra.

Quizá eso ayude a balancear la vida, pero para cambiar algo hay que empezar por quererlo y a eso se aspira en *Mexicanísimo*: ayudar a no perder la fe y el amor por este país, que es extraordinario y es nuestro.

1.2 Misión y visión

*Mexicanísimo*¹ es un proyecto de comunicación integral que desde noviembre de 2007 se dedica a promover lo más valioso de México en todos sus aspectos: turismo, arquitectura, arte, artesanía, gastronomía, cine, cultura, tradiciones, ciencias, literatura, etcétera.

El concepto hoy engloba medios impresos y digitales, redes sociales, televisión por cable e internet, así como eventos culturales y conferencias. El proyecto editorial es la revista *Mexicanísimo* y surge como respuesta ante el desencanto que existe actualmente en torno al país por las situaciones de violencia, inseguridad y controversias políticas y sociales, entre muchas otras.

Mucho se habla de esta cara de México, por lo que la revista pretende hablar de la otra faceta de México, la que de pronto –por ciertas actitudes malinchistas– se nos olvida que existe. Pretende mostrar la parte de México que es real y que sí vale la pena, el México que crea, que es exitoso, festivo, sabroso, que está vivo, es multiétnico y folclórico. Siempre mantiene una línea que resalte los valores y grandiosos vestigios de nuestro país. Paralelo 21 es un esfuerzo editorial para reconocer los valores de este país a través de un vínculo en papel con nuestras culturas y nuestras expresiones. Es un recorrido por todo lo que somos, un país de imágenes, una lotería de sentimientos para gozarnos alrededor de un país multiétnico, festivo, que se sabe hermoso y hospitalario y que nunca deja de sonreír abriendo los brazos.

Mexicanísimo es la marca de Editorial Paralelo 21 S.A. de C.V. Es una revista que se dedica a mostrar lo mejor que tenemos en nuestro país, a conocerlo y por supuesto a reconocerlo como mexicanos que somos.

Nuestra revista *Mexicanísimo* es la memoria impresa de nuestras sociedades, una mirada de lo social, un espacio que permite concentrarnos en la belleza, en la

variedad, en el color de un pueblo que nos invita a vivirlo a diario. Es también un sitio para reconocer lo que hemos logrado los mexicanos en campos diversos y no tan difundidos, y una liga entre las personas y organizaciones que construyen este país y lo hacen suyo protegiéndolo.

En octubre de 2008 se inicia la elaboración de números especiales sobre un estado de la República, Jalisco y en mayo de 2010 se publica un número especial dedicado a Chiapas. En 2013 se destinaron números especiales a ciudades de la República Mexicana: Acapulco, Cancún y Monterrey. Durante todos los meses, desde el 2008, se ha estado innovando la forma de ver a México, mostrando lo mejor que tiene en muchos aspectos. No nos quedamos detrás de un escritorio esperando que llegue la información: vamos y la buscamos.

El sitio de internet www.mexicanísimo.com.mx se ha mantenido en vigencia constante y cada día recibe más comentarios de los clientes. La revista se ha hecho cada vez más interactiva. Desde hace un año, con las trivias y concursos, buscamos más participación de los lectores. La circulación está certificada y ya estamos registrados en el Padrón Nacional de Medios Impresos del Gobierno Federal, el cual se tiene que actualizar cada año.

En términos de diseño editorial *Mexicanísimo* se basa en una retícula establecida; sin embargo es lo suficientemente flexible para dar a cada artículo una personalidad propia. Se mantiene en cada edición un equilibrio entre imágenes y texto, permitiendo que la revista sea ligera y dinámica. Se considera primordial el contenido, el diseño y la calidad de las fotografías. En 2010 se amplía nuestro abanico para incluir la elaboración de proyectos editoriales bajo la misma premisa de la revista: mostrar lo mejor de este país y trabajar para que los mexicanos nos reconciliemos con México. En colaboración con importantes escritores, intelectuales y fotógrafos se lanza la primera colección de Paralelo 21, y se tienen ya trece libros publicados y la venta en librerías como Gandhi, El Sótano, Educal y Fondo de Cultura Económica, entre otras, así como puntos de venta nacionales.

La revista *Mexicanísimo* y por lo tanto la Editorial Paralelo 21 es un medio que busca, de manera diferente, hacer que las personas conozcan y sobre todo que reconozcan su país. Desafortunadamente, en nuestro país existen muchas personas que ignoran del todo al país en el que viven. Es triste ver esa realidad es por eso que nace este concepto de editorial y revista. Tenemos clara la visión y misión desde un principio, no nos comparamos con ninguna otra revista, no por egolatría, es simplemente para superarnos a nosotros mismos, sin necesidad de crear escándalo. El país ya no necesita amarillismo. Con el paso del tiempo y con la ayuda de las nuevas tecnologías llegamos al gusto del público. Quien no conoce *Mexicanísimo*, no conoce una parte de su país. Aún nos falta mucho por recorrer y once10 años no son suficientes, buscamos que más y más generaciones conozcan nuestra revista, que comprendan a su país, su cultura, sus fiestas y tradiciones, sus paisajes, su color, etc.

Desde el primer número de *Mexicanísimo* se presentó un reto muy grande, pero con la misión y visión claras creo que se ha logrado poco a poco llegar a su objetivo principal: hablar bien del país, de nuestro país.

En mi estancia en la revista he notado que también a nosotros mismos como empleados se nos ha inculcado el amor por nuestro país. Claro, no puedes ser un “mexicanísimo” si no llegas a amar a México. Y eso es uno de los grandes valores de la empresa Editorial Paralelo 21 S.A. de C.V. Es una editorial que busca que la gente se dé apenas un baño de su país, del México lleno de colores, fiestas y tradiciones. Busca que su público y la gente se re enamore de México.

Es una revista cuyo mayor ejemplo y enseñanza es no ceder a la comodidad e insiste en que sólo recuperando los afectos por nuestro país podremos hacer de éste un mejor lugar para vivir, más justo, más creativo, más digno y más divertido.

The cover of the magazine 'Mexicanísimo' features a vibrant background of three vertical panels of macramé textiles. From left to right, the panels are orange, green, and blue. Each panel shows a different macramé pattern, with the blue panel having long, thick tassels. At the top, a pink banner contains the magazine's title in white and yellow text.

mexicanísimo

**abrazo a una
PASIÓN**

La frontera
olvidada.

Historia de una línea
entre tres países.

Las manos
en la tierra.

Ceramistas mexicanos.

México es VERDE.

Cien lentes, cien miradas,
un país.

No. 0 • Noviembre 2007
Ejemplar de colección
www.mexicanisimo.com.mx

Edición 0, primera edición de *Mexicanísimo*.

1.3 Entrevista: Luis Jorge Arnau, dueño y fundador de la empresa. (25 de diciembre 2017)

¿Quién es Luis Jorge Arnau?



Luis Jorge Arnau, Director General revista *Mexicanísimo*

Híjole qué pregunta tan intensa. Pues mira, soy una persona que está tratando de hacer algo por el país, tratando de formar una familia con principios éticos y tratando de pasar por esta vida de manera divertida. Yo digo que tengo tres facetas. Una que es una faceta familiar, donde trabajo mucho con mi mujer, con mis hijos, con los que me rodean. También tengo la faceta social, que tiene que ver mucho con la revista *Mexicanísimo* y los libros que se editan, que hacemos en la editorial, y con esto tratar de mostrar que México es un país posible. Y una faceta personal, donde siempre estoy tratando de retarme a aprender un poco más, a no pasar por la vida nomás así como si no pasara nada... Todos nos vamos a morir y algunos pasan por la vida sin hacer nada y otros tratan de aportar un poco y es lo que yo hago: tratar de estar retándome a hacer otras cosas. E s lo que yo hago: intentar balancear las tres. Digo es algo muy difícil de lograr, nunca vas a balancear por completo tu vida familiar y tu vida social. *Y eso es un poco de lo que hace Luis Jorge... "Hace ya muchísimos años".*

La historia de *Mexicanísimo*: ¿Cómo nace *Mexicanísimo*?

Yo era el director de una empresa en donde hacíamos cerraduras, ya estaba yo cansado de escuchar solamente quejas. La idea salió en 2006, acababa de pasar la elección entre Felipe Calderón y Andrés Manuel López Obrador, y, en el mejor de los casos todo mundo estaba peleado con todo mundo. La gente acabó muy resentida contra todos, entonces había mucho coraje en el ambiente y nadie confiaba en nadie. Fue cuando López Obrador tomó Reforma.

Había mucho ruido entre que si había sido fraude o no, y yo decidí dejar de trabajar en las cerraduras donde ya llevaba muchos años. Era director de un grupo que habían comprado unos suecos, entonces avisé con un año de anticipación que quería hacer una revista para rescatar lo que se hacía bien en México, sin que me lo pagara el gobierno. No era para ningún gobierno, era para aplaudir a los ciudadanos que hacen cosas buenas y para que nosotros nos diéramos cuenta primero que hay gente que está haciendo las cosas bien, que no es cierto que México esté perdido y que no tenga salida; y segundo que podemos hacer cosas sin depender tanto del gobierno. Si seguimos esperando que el gobierno nos dé las cosas no va a funcionar. Entonces esa fue la idea, estuvimos decidiendo cuál iba a ser el nombre, definiendo el tiraje y salimos en noviembre de 2007 con el número cero; fue un número promocional que se regaló en varios eventos.

En febrero de 2008 salió finalmente el número uno. Y de ahí pa' acá, pues ahorita llevamos ya 114 números, 115 si incluimos el número cero. También ya llevamos 25 libros publicados, la mayoría dedicados a hablar de lo que se hace en beneficio de México. Hemos hecho algunas otras actividades, pero la mayoría tiene que ver con fotos, con textos o biografías de personajes que hacen bien su trabajo en México.

¿Qué aporta *Mexicanísimo* a la sociedad?

Yo creo que lo más importante que *Mexicanísimo* puede dar a la sociedad es reconocer que no todo está enlodado. Contribuye a fortalecer nuestra imagen personal. Originalmente no fue una revista dirigida para un público extranjero, para que venga a ver lo bonito que es México, tampoco es una revista solamente de turismo. Es una revista para que los que estamos aquí nos la creamos, para que estemos seguros de que el país tiene muchísimas cosas buenas. Si el país no tuviera tantas facetas buenas, el país estaría tronado con los gobiernos que ha tenido últimamente. Entonces su máxima aportación es decir: Ok reconoce que tienes cosas malas pero también reconoce que tienes cosas buenas".

Mexicanísimo trata de hacer las cosas como las familias. Por ejemplo, si tú solamente te acuerdas de lo malo que hay entre familiares de tu casa, no hay unión. Aunque tus papás, tu marido, tus hijos o lo que sea tengan algo que les falla, también tienen aspectos buenos; lo que mantiene unida a una familia es lo bueno y no lo malo y es muy importante mantenernos juntos en lo bueno y no en lo malo. En México pareciera que queremos mantenernos unidos en lo malo entonces ¿cuál es la aportación de *Mexicanísimo*? La aportación de *Mexicanísimo* es tratar de decir: A ver, mantente unido en lo bueno y con lo bueno real porque nosotros no hacemos ningún artículo donde nos obliguen a decir que tal gobernante hizo una actividad que en realidad no existió.

Nosotros lo que tratamos es de ratificar que lo que se está diciendo se está haciendo. Su aportación es que recuperemos la credibilidad nuestra, no podemos hablar bien de México sino nos la creemos. Entonces su contribución fuerte es esa: asomémonos a lo que vale de nosotros porque lo que sale en la revista es lo que hemos hecho nosotros, no nos lo ha regalado nadie, no se hace en el extranjero se hace aquí. No estamos negando ni estamos diciendo que lo malo no exista, pero lo que decimos es que hay muchos medios que se dedican a hablar de lo malo y pues nosotros hablamos de lo bueno para balancear.

¿Cómo ve el mercado editorial actual? ¿Ha sido complicado?

¿El mercado?... El mercado está del "caramba". Está muy mal, hay cuatro o cinco consideraciones. La primera, obviamente, los costos de la distribución. La distribución en México está pasando por una crisis terrible y nos está llevando entre las patas a muchas editoriales, porque de las tres más grandes compañías distribuidoras, dos ya quebraron y queda una, pero pone condiciones complicadas, no llega a todo el país y, cuando lo hace, llega tarde, entonces a la revista le pega mucho; es la primera.

La segunda es los cambios en el hábito. Yo creo que la gente está leyendo más, pero más corto y mayormente electrónico, entonces los medios tradicionales es por llamarlos de esa manera, están sufriendo un poco en lo que encuentran su espacio. No quiere decir que van a desaparecer pero yo creo que se parece un poco a lo que pasaba con el cine cuando llegó el video. Decían que el video iba a matar al cine aunque éste sólo sufrió algunos daños y después recuperó su forma. Actualmente no está muy pujante porque le cambiaron el concepto al tratar de hacerlo más como un espectáculo y que la gente fuera a un momento de intercambio familiar y con butacas muy cómodas etc. y encontrar su nicho. El cine ha convivido con el video y ahora con Netflix, no obstante sigue en pie, sigue vivo.

Yo creo que los medios tradicionales tienen que encontrar una cosa similar, pero bueno sería la segunda razón.

La tercera es que las revistas dependen muchísimo de los anunciantes y estos todavía no están seguros de cuál es el medio adecuado con vista al futuro. Algunos anunciantes están abocados totalmente a la parte digital y se han dado cuenta que no es la solución. La respuesta está en el balance, nosotros creemos que por ahí tiene que estar, pero es un mercado difícil. Y bueno, la última, que es importante:

los precios. Lo que cuesta una revista, al día de hoy, aleja a mucha gente, a muchos lectores potenciales. Esas son las generales.

Mexicanísimo tiene que trabajar con algunas particulares como por ejemplo: ¿cómo puedo hacer todavía más atractiva la revista? ¿Cómo puedo llegar a más gente? ¿Cómo puedo crecer? Porque hemos venido reduciendo tiraje y tenemos que agrandarlo. La razón principal porque lo hemos reducido ha sido por la falta de publicidad y la falta de una buena fuerza de ventas. No hemos reducido tirajes para tratar de sobrevivir; pero éstas serían las generales. A cambio es un medio muy apasionante donde sí puedes influir, donde la gente te reconoce, poco a poco. Poco a poco, la gente llega o te habla para decirte lo que les gustó de la revista. Esto es un poco, poquito de los pros y los contras del medio.

Hay distintas fases en una empresa: inicio desarrollo y final. ¿Cuál fue la etapa más difícil desde que creó la empresa en el año 2008 hasta el año en curso 2017?

Yo creo 2016 y 2017 han sido los más difíciles. En el 2016 estuvimos a punto de cerrar, inclusive le avisamos a los suscriptores que íbamos a cerrar, eso nos hizo perder seguidores y muchos escritores. En diciembre del 2016 tuvimos una reunión y decidimos apostar un año más y ha sido un año bueno para la editorial hemos hecho muchos libros, hemos trabajado con muchas expectativas, pero los anunciantes no han llegado. Yo creo que los momentos críticos han sido éstos. Hubo otro momento crítico en el 2012 por las elecciones, se parece mucho a la que viene ahora en 2018. Los gobiernos frenan casi todas las campañas políticas y ese dinero se lo dan a los partidos entonces los medios sufrimos por falta de anunciantes, pero yo diría que el peor año fue 2016 ahora 2017, que racionamos un poco el equipo y podemos sobrevivir un poco más. Hicimos otras cosas y ya nos dimos cuenta que tenemos que diversificar por eso crecimos más en libros en vez de solamente la revista, porque si no hacemos unas opciones de comercialización vamos a caer.

Las nuevas plataformas digitales. ¿Cuál es la opinión que tiene acerca de las nuevas plataformas digitales en la rama editorial?

Yo creo que una buena parte de la respuesta viene por ahí. Yo soy, vamos a decir, parcialmente “analfabeta” de las plataformas, pero me he metido mucho porque estoy convencido que ahí está la gente, no solamente con herramienta, vamos a decir, para poder vender más, sino porque los lectores están ahí.

Yo escribo todos los días en Facebook y tratamos de ser constantes, tratamos de escribir mucho de la revista, no por otra razón sino porque ahí está la gente que lee: en el celular, en la computadora. Hay que ir a buscarlos quien cree que camina de manera diferente está equivocado, el problema no es tanto la herramienta sino dónde está el lector. Al lector hay que ir a buscarlo, si el lector por ejemplo, cada vez va menos a los puestos de periódicos, entre porque le da flojera, por la inseguridad o porque los puestos de periódicos están llenos de chetos o refrescos, pan, etc. en lugar de vender revistas, entonces nosotros debemos de dar la vuelta al problema para buscarlos. Como te decía al principio, tenemos un problema muy fuerte en la distribución, bueno, pues nos toca a nosotros ahora ver cómo llegar a la gente, a veces en la distribución y una de las maneras son las plataformas digitales.

También la plataforma digital ofrece cosas que son muy buenas, como por ejemplo muchos más sistemas audiovisuales puedes leer y al mismo tiempo combinar con video música, hay más interacción, se puede votar más fácil, entonces hay mucho más competencia aunque hay más riesgos. Mucha gente está desencantada porque hay mucha basura, cuesta trabajo llegar a lo que tú estás buscando, pero vamos a decir: tienes que estar, no es que sea ni bueno ni malo es una herramienta y hay que usarla.

Es como la gente hace muchos años, satanizaba cada invento nuevo, primero los aviones, luego el teléfono. Satanizó todo como herramientas nuevas; sin embargo

hay que usarlas, podría yo pasar horas diciendo que no está bien que la gente esté en el teléfono celular o en la computadora, pero es importante. La verdad es que la gente está, entonces pues hay que ir a buscarla. Eso es un poco la mayor respuesta que tenemos que buscar. Mañana va a desaparecer Twitter y aparecerá Snapchat o habrá otras, pues sí, pero nosotros lo que somos realmente, que es lo que hemos insistido últimamente es: "Nosotros no somos una revista, somos una empresa que produce contenidos".

Al producir contenidos, sobre todo contenido que dignifique a México, tenemos que buscar cómo lo transmitimos; puede ser electrónico, pueden ser videos que vemos en el metro. No te debes anclar en pensar que yo soy un productor de papel, yo no tengo ni siquiera imprenta, el papel sólo es una herramienta como Twitter, como Facebook, o como lo quieras. Entonces yo lo que tengo que hacer es cambiar mi idea, que yo soy una empresa que produce contenidos y como produzco contenidos, tengo que llegar a la gente. ¿Y cómo llego? Pues como se deje la gente. Si por eso tengo que ir a hacer un grupo de cuentacuentos que vayan a las ferias, pues hay que ir y si para esto tengo que hacerlo en la radio, en la tele, como lo hemos venido haciendo, que hemos estado buscando espacios para difundir la revista, pues hay que meternos.

***Mexicanísimo* la editorial cumplió 10 años. ¿Qué significan estos 10 años para usted?**

¡Uy! Muy divertido. La verdad es que he sufrido muchísimo, pero son de esos sufrimientos bonitos que da la vida. Es como cuando uno dice que tener un hijo es un problema, sí, es un problemón, pero maravilloso; no hay mejor problema en el mundo que tener hijos. Y sí cuestan mucho dinero, dan muchos sustos y a veces uno se desencanta con sus actitudes y su comportamiento, todo, todo eso. Pero de que es lo más bonito que hay, sí. Me pasa lo mismo con la revista, hemos sufrido muchas veces, más de una vez he estado tentado decir hasta aquí, ya se acabó ya no más y vuelvo a empezar". Ha sido un reto a mi persona, a mi constancia, tengo

una anécdota que recuerdo mucho: Una vez le mostramos la revista, cuando íbamos empezar, a una empresa de comercialización y me dijeron "Si vas hablar bien de México te va alcanzar para tres números". Y ya llevamos 119.

Eso es lo bonito, siempre encuentras cosas para hablar bien de México y es muy gratificante. Ahorita todavía no sé si tengo dinero para hacer el 115 pero ya sé con qué podríamos llenarlo: con muchísimas notas y premios de gente que ha sobresalido, que han sacado cosas importantes, etc., porque México sigue para adelante. Ha sido un dolor de cabeza a ratos sí, ha sido una dificultad intensa porque a mí, personalmente, me ha obligado a buscar otras fuentes de financiamiento para generar dinero y traerlo a la revista. Eso me ha obligado un poco a separarme de la operación, pero me encanta. Originalmente había hecho esto con la intención de hablar bien de México y eso sigue siendo así; por lo menos la gente ya no nos ve y nos compadece diciendo "ay pobrecitos que creen que pueden vivir de hablar bien de México". Todos nos respetan, por lo menos son gente que cree y cuando alguien les demuestre a los demás que cree, por lo menos se gana el respeto.

¿Qué futuro le depara a la editorial y por supuesto a la revista?

Mira hay tres opciones que hemos estado contemplando. La primera es: necesitamos buscar asociarnos con alguien, para mantener una fuente de financiamiento que nos permita trabajar en el mensaje. El mensaje, como lo veníamos diciendo, puede ser en revista electrónica, radio televisión, pero buscamos encontrar una sociedad con un poco más de fuerza. Hemos evaluado la posibilidad, inclusive, de hacer más productos que tengan que ver con México: desde gente que se acerca porque quieren ver si integramos una empresa que venda artesanías, café productos mexicanos y ahí subir a *Mexicanísimo* o no. Tiene la dificultad de que te puedes dispersar y tiene la ventaja de que, pues, puedes tener una mezcla para ofrecer, esa es la primera.

La segunda es que yo estoy convencido que nos va ir bien después de las elecciones de 2018. Me da la impresión de que el problema es sobrevivir 2018; sobrevivir porque vienen varios meses de lo que le llaman la *veda electoral*, no va a haber anuncios del gobierno y después, si pierde el PRI, van a venir otros seis meses donde no va a haber inversión porque habrá un proceso de conformación de quién ganará. Esto quiere decir que 2018 va a venir del “caramba”, entonces estamos evaluando desde trabajar con menos números, en lugar de hacer 10 o 12 números al año hacer 4 números al año, por ejemplo, para mantener la presencia y sobrevivir un año más. Esto nos va a pasar a muchos padeciendo la parte económica y mientras haremos eso.

Buscar otras fuentes de financiamiento, como son hacer libros especiales para empresas o tratar de promovernos vía radio o tele, como lo hemos estado haciendo participando en más cosas, inclusive hasta llegar a hacer eventos que tengan que ver con México. Hemos considerado hasta la posibilidad de que seamos una empresa, que puede integrar gente que quiera hacer teatro, recorridos turísticos, que desee conocer de historia, que quiera tomar cursos. Este es el tipo de acciones que tenemos que buscar, porque al fin y al cabo va de nuevo nuestra intención es cómo damos el mensaje, entonces el mensaje puede ser vía cursos, vía diplomados, puede ser en sesiones de trabajo, entonces es por ahí.

Pero el concepto *Mexicanísimo* ese es el que tiene que continuar. Si la revista disminuye el número de piezas a tirar, deberíamos de empezar, a lo mejor a hacer libros apps, trabajar con otras empresas para manejar su imagen, “mexicanísima” digamos, entonces es por ahí. Y no suponer que la vida de *Mexicanísimo* es de la revista de papel. *Mexicanísimo* es un concepto y se puede subir a muchas cosas entonces es ahí el asunto. No queremos perder la continuidad de la revista porque hay gente que nos sigue y nos da mucho gusto que venga a preguntarnos porque le falta un número y lo está buscando y ese tipo de detalles son muy bonitos pero nosotros lo que tenemos que hacer es mantener el concepto, ¿cómo hacemos que la gente siga creyendo que México es un país posible?

Como última pregunta ¿cuál es el concepto de *Mexicanísimo* para usted?

Lo he trabajado mucho. Es: México soy yo, Yo soy una persona con virtudes y con defectos, me quiero por mis virtudes y si México soy yo, tengo que querer a México por sus virtudes. Eso es un poco de lo que queremos, convencer a la gente. Es algo así como cuando tú te ves en el espejo y dices hújole tengo este problemita Esta parte está bien y de pronto te ves y dices "hújole qué guapa estoy o qué bien me siento hoy estoy bien peinado o me queda bien el color rojo o el azul y uno se va echando porras, sales creyendo en ti mismo, esa es la parte donde asumimos que México somos nosotros.

México no es el himno, México no es el equipo de futbol, México no es el gobierno definitivamente no entonces México soy yo es el primer concepto. Si México soy yo, entonces podría dejar de quejarme de que yo soy un asco o que yo tiro la basura en la calle o que yo soy un corrupto. Y bueno en la medida de que lo puedo mencionar, de que yo puedo cambiar y si México soy yo y yo me quiero, creo que puedo poner la dieta, puedo hacer cosas, puedo estudiar. Lo mismo pasa cuando uno quiere progresar y quiere trabajar para sacar adelante a su familia. Bueno, eso es México y México somos nosotros, tenemos que asumir cada minuto que si el país va estar fregado es culpa nuestra y si el país va a salir adelante es culpa nuestra. No va a venir un salvador, Peña Nieto, AMLO Meade o Anaya a salvarnos, eso es una falacia. Seguimos esperando como los cristianos el regreso de el salvador. El salvador tiene muchas cosas que hacer y no va a volver por nosotros pronto nos toca a nosotros construir el cielo en la Tierra hoy.

Mexicanísimo sigue en pie y pretende estarlo durante mucho tiempo más, como afirmó Luis Jorge Arnau, dueño y director de la empresa.

1.4 Contenido editorial. Libros publicados

Libros publicados en la editorial:

En Editorial Paralelo 21, como se ha dicho en estas publicarse una revista, que es la marca principal de la editorial, también llevamos a cabo proyectos editoriales desde la idea de lo que va a ser el libro, la creación de contenidos el trabajo para producirlo, hasta mandarlo a imprenta



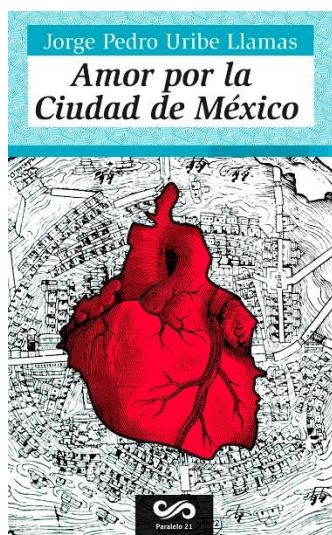
Libro de la editorial

Tenemos desde libros para empresas de gobierno, como lo es Telecomunicaciones de México, libros de temas especializados, libros de narrativa, de fotografías, de frases y dichos mexicanos, de historia, de supervivencia, de crónica, en fin, de todo un poco. Lo más reciente que hemos publicado es un libro para niños.

Al día de hoy tenemos en el mercado un total de 25 títulos en diferentes presentaciones tanto pasta dura como pasta rústica, que son los siguientes:

- *200 años, doscientos mexicanos*. Sobre las personalidades más representativas de cada uno de nuestros años como país independiente.
- *México es...* Las mejores fotografías de *Mexicanísimo*, acompañadas por un adjetivo relacionado con la fotografía y una frase, refrán popular o poema.
- *Los 100 mejores deportistas mexicanos*. Un viaje de 100 años por más de 60 deportes, enormes hazañas y por los éxitos de mujeres y hombres orgullosamente mexicanos, los mejores de nuestro firmamento deportivo.
- *Vivir México. Mexicanos al grito de paz*. 100 fotografías acompañadas de un verbo y una frase, refrán popular o poema, relacionado con la fotografía, para vivir nuestro país intensamente.
- *Querétaro. Orgullo de México*. Más de 100 fotografías del Estado de Querétaro, acompañadas por un adjetivo relacionado con la fotografía y una frase, refrán o poema.
- *México lindo y querido*. Más de 180 fotografías espectaculares de muchos rincones del país, acompañadas de canciones populares.
- *La reunión del chocolate*. Novela histórica sobre los inicios de la Independencia de México y el rol que desempeñó en ella Epigmenio González, que terminó siendo preso político por su participación en la Conspiración de Querétaro.
- *El libro de Daniel. La presencia de tu ausencia*. Libro que narra el proceso de duelo que debe llevar un padre que pierde a su hijo para superar este dolor y encontrar la paz.

- *Amor por la Ciudad de México*. El autor convierte en pedacitos la historia de la ciudad, esa que se construye día con día y que va tejiendo la memoria histórica de la que siempre será la Muy Noble y Leal Ciudad de México.



Libro *Amor por la Ciudad de México*

- *Nuestras Voces Mexicanas*. El quinto libro de la Colección *México es...* reúne fotografías que nos hablan de paz, de luz, color, de una riquísima cultura, de lugares y personas que reviven. Cada fotografía está acompañada por un adjetivo y una frase en alguna lengua indígena, como homenaje al náhuatl, maya, zapoteco, tzeltal, etc.

- *Dos Amantes Furtivos*. Este libro reúne varias voces de especialistas en cine y teatro, una mezcla de consagrados investigadores y académicos y jóvenes escritores que reflexionan sobre la rica interacción que siempre ha habido entre el arte teatral y el arte cinematográfico en el México contemporáneo

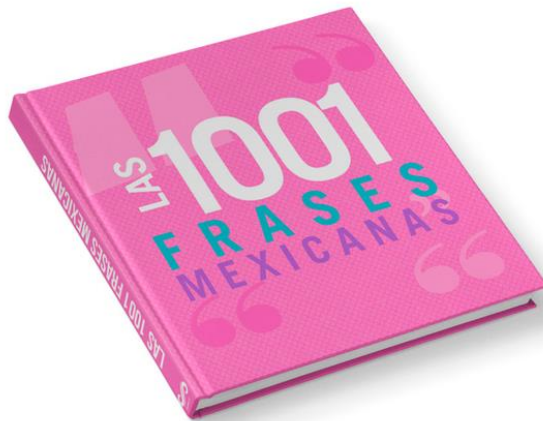


Libro *Dos amantes furtivos*

- *El Cuerno del Diablo*. El cuerno del diablo es la maravillosa historia de 170 años del saxofón, instrumento que emite un sonido nunca antes escuchado. El libro narra la transición desde que se logró su aceptación hasta que llegó a ocupar un lugar definitivo en el mundo del jazz y a consolidarse como un instrumento alabado por su sensualidad y acompañante de ritmos como el swing, blues y funk. *El cuerno del diablo* es la historia del amor de un hombre por hacer música.

- *Sangre Blanca. Doscientos años de estudio y tratamiento de la leucemia*. La historia de la leucemia, el tipo de cáncer más común, es una historia tejida con el hilo de muchas historias de moléculas y células, de médicos y pacientes, de científicos y experimentos, de individuos e instituciones, de triunfos y derrotas.

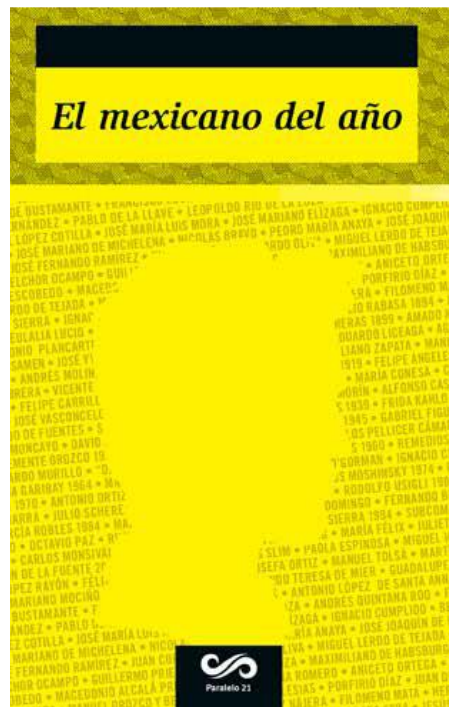
- *Las 1001 frases mexicanas*. En este libro encontrarás 1001 frases mexicanas las hay para toda ocasión. Frases para reír. Frases para llorar. Máximas para usarse como epígrafes. Sentencias sueltas para lo que se ofrezca. Refranes.



Libro *Las 1001 frases mexicanas*

- *El mexicano del año*. La historia del país a través de grandes historias de hombres y mujeres como Josefa Ortiz, Agustín de Iturbide, Benito Juárez, José María Velasco, Emiliano Zapata, María Izquierdo, Diego Rivera, Frida Kahlo, Agustín Lara, Juan Rulfo, Pedro Infante, Remedios Varo, Francisco Gabilondo Soler, Mario

Moreno “Cantinflas”, Miguel León-Portilla, Hugo Sánchez, Alfonso García Robles, Octavio Paz, María Félix y muchos más.



Libro El mexicano del año

Nuevas Publicaciones Editoriales

- *Mexicanos por naturaleza* Dr. Carlos Galindo Leal. México es considerado un país “mega diverso”, ya que forma parte del selecto grupo de naciones poseedoras de la mayor cantidad y diversidad de animales y plantas, juntos cuentan con casi el 70% de la diversidad mundial de especies. Este libro es un viaje al corazón de nuestra flora y fauna, un libro que habla del quetzal, el jaguar, la mariposa monarca, los pinos, las jacarandas, las dalias, las ballenas, los murciélagos, los hongos, los helechos, los quelites, los corales, las víboras, las palmeras, así como de bacterias, árboles urbanos e incluso de dinosaurios que alguna vez habitaron esta región del planeta.

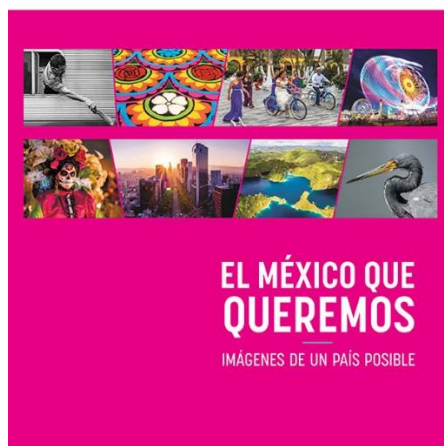
- *Novísima grandeza mexicana* escrito por Jorge Pedro Uribe Llamas. Un homenaje a Bernardo de Balbuena y a Salvador Novo, este libro es el segundo compendio de crónicas de la Ciudad de México del autor.



Ferias de Libro 2017.

- *Amos, lacayos y vasallos. Por qué el autoritarismo persiste en el siglo XXI y cómo enfrentarlo* de Carlos Viniegra. La obra es una travesía que inicia con la presentación del nuevo conocimiento, hace un análisis del autoritarismo y la democracia, y de los personajes que los construyen (los amos, los lacayos y los vasallos). Propone que sí existe un camino hacia la libertad, la paz y la prosperidad, y presenta las soluciones de la nueva generación con las que las personas más creativas del mundo trabajan para recuperar y fortalecer a la sociedad abierta en el siglo XXI.

- *El México que Queremos*. El sexto libro de colección fotográfica reúne fotografías del México que aspiramos a ser, acompañadas por una selección de fragmentos de las obras de los grandes poetas mexicanos.



Lo más nuevo de la editorial

-*Navegante Submarino*, de Mariana Lino. El punto de partida para comenzar una aventura por el fondo del océano. En la travesía encontrarás criaturas fantásticas que parecen provenir de un sueño irreal. Algunas de ellas son pequeñas, algunas otras tan grandes que no caben en las páginas.

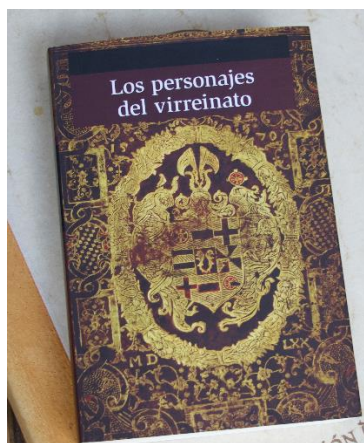


Libro Navegante submarino. Primer libro infantil.

-*Los personajes del Virreinato*. Este nuevo proyecto editorial recorre una etapa fundamental en nuestra historia, desde la llegada de los primeros españoles hasta el inicio de la Guerra de Independencia, y conmemora 500 años de aquellos primeros encuentros entre las civilizaciones mesoamericanas y europeas. El recorrido camina en compañía de la personalidad más destacada de cada uno de esos 293 años, desde 1517 hasta 1809. Desde Francisco Hernández de Córdova, Gonzalo Guerrero, Isabel Moctezuma y Hernán Cortés hasta Francisco Primo de Verdad, Juana Inés de la Cruz y Melchor de Talamantes, hombres y mujeres de dos mundos conviven en Nueva España y engrandecen nuestro pasado.

El libro acerca al lector no especializado a los triunfos, derrotas, descubrimientos e integración de las raíces del México contemporáneo. 293 historias de vida para acercar al lector al sentir de la época, los sucesos, pensamientos y costumbres tanto de los recién llegados como de los habitantes locales, y del mestizaje surgido. Entender los motivos y contratiempos de esta fusión es comprender nuestra mexicanidad.

Una historia compleja pero apasionante, para que podamos reconocer este periodo que nos definió.



Libro Los Personajes del Virreinato 2018

1.5 División editorial

El área editorial de la revista se divide en distintas secciones, aunque somos pocas personas a todos nos toca hacer de todo un poco.

Nuestra división editorial es simple y concreta, y busca difundir lo bueno y lo mejor que existe en México; conocer y reconocer a nuestro país a través de lectura, fotografías, videos, reportajes, entrevistas, crónicas, narraciones, etc.

Se divide en lo que se trabaja en cada edición, de qué tema va a ser o qué va a tratar la revista del mes que está por llegar. Se plantea un contenido editorial y se hace del conocimiento de todas las áreas para que publicidad busque clientes a los que les pueda interesar anunciarse según el *target* al que está dirigido el contenido editorial. La función es conocer la revista y saber de qué va a hablar para que ya cuando la tengamos en nuestras manos sepamos qué presentarle a los receptores de la revista.

Editorial:

- Proyectos de libros institucionales y corporativos
- Generación de contenidos para sitios web
- Producción de revistas electrónicas e impresas para empresas
- Diseño gráfico y editorial.
- Corrección de estilo y cuidado de edición
- Banco de imágenes

Datos Generales de la revista impresa:

Circulación 2017: 15,000 ejemplares

*Pass along*²: 3.8 personas

Total de impactos: 57,000

Distribución: nacional, de venta en locales cerrados, de autoservicio, hoteles y cadenas de hospitales. Ediciones: 10 por año

Principales puntos de venta:

Sanborns, Educal, Gandhi, Superama, Wal-Mart, Porrúa, Gonvill, Fondo de Cultura Económica, Comercial Mexicana, Munal, HEB, Librerías El Péndulo, etc.

Nivel Socioeconómico:

Breve explicación de las ventas a cada clase

ABC+= 50% C=28% D=22%

² El *pass along* es la cantidad de personas que leen la revista, así como un contador para el portal web de la revista que mide el total de visitas a la página.

Sexo:

Mujeres= 45% Hombres=55%

Edad de los lectores:

Más de 45 años=23% 35 a 44 años=21% 25 a 34 años=27% 18 a 24 años=24%

0 a 17 años=5%

Perfil psicográfico:

Preparatoria=15%

Licenciatura=63%

Posgrado=22%

1.6 Fines de la empresa

Como toda empresa, *Mexicanísimo* tiene un fin económico. Es una microempresa que busca para producir bienes y servicios editoriales, de diseño, fotografía y contenido, así como servicios de publicidad para un mercado específico.

Editorial Paralelo 21 busca generar el mayor nivel de satisfacción en sus clientes, proveedores, colaboradores, público y sobre todo en sus empleados. Como fin busca obtener un beneficio económico mediante la distribución y venta de la revista, la venta de publicidad y de contenidos editoriales, además de conseguir que la compra de libros de la editorial, ya sea en venta mínima o masiva, por parte de empresas. Esto es para que siga existiendo la empresa. Busca generar cada vez más beneficios para sus integrantes: propietarios, directivos y empleados.

Tiene el fin de incentivar a sus empleados generando comisiones por la venta de libros individuales y para empresas, también en la venta de publicidad en medios impresos por medio de inserciones (páginas en la revista) con la ayuda de los mismos empleados y comisionistas externos. Motiva a sus empleados y con ello aumenta la producción. Siempre tiene que ir evolucionando con el paso de tiempo; mejorando y creciendo en cuestiones de calidad para aumentar la utilidad, la satisfacción del cliente y del público consumidor receptor. Mejora en sus redes sociales y en el manejo de las nuevas tecnologías y así, poco a poco se irá posicionando como líder en la rama editorial y podrá competir en el mercado actual de la editorial, por su calidad, visión y misión.

1.7 Medios y financiación

Editorial Paralelo 21 es una empresa que cuenta con medios propios: su página web y redes sociales como Twitter, Facebook e Instagram.

También cuenta con medios pagados, mismos que consigue por medio de intercambio de publicidad para lograr menciones en radio y televisión, con clientes como el Instituto Politécnico Nacional, TV UNAM, Canal 11, Canal 22, el programa de radio de Fernanda Familiar y Código CDMX, producido en con la Secretaría de Cultura de la CDMX.

Algunos clientes, colaboradores y familiares de los dueños de la revista colaboran con estos medios con contenidos que se generan fuera de la revista, pero que hablan de ella, comentarios de recomendación, de difusión, de conocimiento, etc.

Con los medios cedidos con los que cuenta *Mexicanísimo*, al ser una revista de colección que nunca pasará de moda, genera contenidos de la marca al igual que de su audiencia y mantiene una plataforma interna, que sólo está abierta a colaboradores, suscriptores, dueños, socios y personal de la empresa por medio de chats en la web que buscan la mejora de la editorial y, por ende, de la revista, esto para satisfacer al cliente y al público usuario. Busca renovarse cada día. En fin, son estrategias que nos ayudan a fortalecer y forjar la empresa.

Se busca emprender una sociedad donde se suban más empresas que quieran promover y generar una imagen mexicanísima, por así decirlo, o promover sus productos mexicanos, trabajar de la mano para juntos salir adelante o en su defecto con seguir un socio mayoritario el cual sea codueño de la empresa. Esto es para tener más alternativas de financiación y que no se tenga que cerrar la empresa.

Capítulo 2. Estructura orgánica

2.1 Construcción orgánica

Editorial Paralelo 21 mantiene una estructura orgánica sólida, en la cual cada integrante cumple su función y sabe cuál es su rol. Al ser una empresa pequeña, en ese aspecto es bastante estable y se acopla a las necesidades que surgen día con día.

Áreas que conforman la empresa

Áreas de Editorial Paralelo 21:

- Área administrativa
- Área jurídica (externa)
- Área de mesa administrativa
- Área directiva
- Área comercial
- Área editorial
- Área de diseño
- Área de mercadotecnia
- Almacén
- Área de atención a clientes y suscriptores
- Chofer-mensajería

Distribución (no interna)

Como extra: mantiene un área de colaboradores y fotógrafos que apoyan con su trabajo mes con mes. También hay un área de estudiantes que realizan sus prácticas y servicio social en la editorial.

2.2 Personal. ¿Qué hace y cómo lo hace?

El personal de Editorial Paralelo 21, como bien se ha mencionado, es muy reducido internamente, pero externamente es amplio por la cantidad de colaboradores.



Equipo *Mexicanísimo* 2016-2017

Directivos:

Luis Jorge Arnau. Es el dueño de la revista. En la editorial se hace llamar “El Patrón”. Él, además de ser el creador y dueño, tuvo la idea de formar una revista en la cual se hablara bien del país, además de que también escribe en ella, y es uno de los que plasma su pensamiento. En cada artículo o crónica busca mostrar lo mejor de él y del país que tanto ama: México. Soñador imparable, es una persona que nunca se está quieta, se involucra en todas y cada una de las áreas de la empresa. A él se le pueden confiar todos los proyectos e ideas en puerta, para que las evalúe y dé luz verde, de ser el caso. Es a la persona a la que todas las áreas deben reportar qué es lo que hará. Se encuentran con algún problema, igual a él se le comenta y lo pone sobre la mesa para resolverlo de la mejor manera.

Luis Jorge es un jefe que primero observa y analiza la situación y después decide qué hacer. Hasta el momento no han sucedido problemas graves y los que hubo Luis Jorge ha estado pendiente de ellos y los ha resuelto con mucha inteligencia, porque esa es una cualidad que él posee: es muy inteligente y sabe manejar la situación. También se le considera como una persona que habla mucho. Habla y escribe de manera perfecta y entendible. Asimismo, se encarga de hacer negocios y emprender nuevas opciones de crecimiento para sus empresas.

Alejandro Toussaint. Funge como director general y editorial. Es quien toma decisiones editoriales, también escribe en la revista, hace relaciones públicas, edita la revista, va a eventos de prensa. Todos en la revista nos encargamos de vender proyectos editoriales a base de contactos. Es el encargado de traer a la editorial proyectos editoriales.

Jaime Arnau Ávila. El hermano de Luis Jorge es también el director administrativo de la editorial. Se encarga de toda la facturación, manejo de mensajería, es decir es jefe directo del chofer mensajero. Es responsable de hacer notas de remisión, facturar a los clientes, firmar documentos importantes, darle instrucciones a los abogados, contadores y colaboradores, pagar la nómina a los empleados, se encarga de cuestiones financieras, dando órdenes y autorización en dado caso que así lo requiera la situación.

Es el encargado de toda la administración de la empresa, principalmente de los pagos, ya que también es contador.

Área de editorial:

Gabriel Gallardo. El editor web de la revista. Es la persona encargada de crear el contenido editorial de la página de *Mexicanísimo*, de realizar la edición del mismo, de llevar a cabo entrevista a las personas que van a salir en ella, asistir a conferencias de prensa, elaborar artículos, reportajes, recolectar datos de los colaboradores, etcétera. Colabora en la revista impresa y también es encargado un poco de relaciones públicas para que la empresa se dé a conocer y estemos en agencias de relaciones públicas.

Bruno Pérez y Karina Flores. Coeditores Gráficos que se encargan de diseñar la revista, libros y “*dummies*” o muestras de libros que apenas están en etapa de propuesta. Diseñan los próximos libros o proyectos editoriales que saldrán. Diseñan la portada y se encargan de elegir fotografías para la revista o para los proyectos editoriales. Ellos son las personas que más tienen contacto con colaboradores, en términos de fotógrafos, escritores, ilustradores, etc. Mantienen una base de datos de colaboradores para enviarles la revista si es que aportaron parte de su obra en esa edición. Además de diseñadores, son fotógrafos y también van a conferencias de prensa para grabar y sacar material para la revista y nuevas ideas, para plasmarlas. Se encargan de mantener una buena imagen, es decir reinventar año con año el logo de la empresa, tarjetas de presentación, invitaciones, agendas y productos de la empresa; ellos lo diseñan.

Tanto Alejandro Toussaint, el Ing. Luis Jorge Arnau, Gabriel Gallardo, Bruno Pérez, Karina Flores, como yo, Mariana Torres, somos responsables de subir contenido a las redes sociales de *Mexicanísimo*; en palabras del dueño y patrón de la Editorial Paralelo 21, el Ing. Luis Jorge Arnau: “todos somos administradores, todos hacemos la revista”.

Otras áreas:

Paula Romo. Es la persona encargada de la distribución, logística relaciones públicas con librerías e intercambios para eventos de la empresa. Su labor es que la revista esté en los puntos de venta para el público, que los libros estén bien colocados en librerías. Otra cosa que lleva son las ferias, conferencias y presentaciones de libros.

Celestino Gallegos. El chofer mensajero y encargado de almacén, es la persona que se encuentra la mayor parte del día en la calle, entregando la mensajería y papelería que surge día con día; también nos ayuda a todos entregando cosas que le damos y que nos piden, por ejemplo yo lo mando mucho a las dependencias de gobierno a entregar documentación de los clientes del área comercial. Las demás áreas le piden entregar cosas a los colaboradores, o notas de remisión y devolución de libros y revistas a las librerías, en fin, son papeleos que se entregan día con día y que se tienen que hacer. Por supuesto, también es responsable de hacer inventarios de libros y acomodar la bodega.

Andrés Gómez. Director Comercial y por ende el líder del área. A él se le pasan los reportes de venta, de prospectos y futuros clientes, también vende espacios publicitarios en la revista. Presenta el medio para nuevos clientes y tiene que ir a agencias de medios para que se conozca la revista.

Área comercial:

Javier Flores. Gerente del área comercial. La persona que más vende, la mayoría de sus clientes ya son de años y son del sector gobierno, en él recae la responsabilidad de mantener con dinero la revista, porque eso es lo que la mantiene: los anuncios publicitarios que salen cada mes. La publicidad es cuestión del área comercial.

Mariana Torres. Área comercial y administración. Mir rol lo estaré describiendo en el capítulo número tres, donde desarrollaré todo lo que hago en la empresa.

En esta empresa todos hacemos de todo. Todas las áreas mencionadas van de la mano e incluso una va sobre la otra. Una persona puede llevar más de tres áreas atrás consigo, todos podemos presentar nuestra revista para vender y para que siga existiendo; es un lugar muy ameno para trabajar, pero como todo es un negocio tener una empresa implica que genere dinero. Así es que todos debemos de poner de nuestra parte para seguir trabajando en esta editorial que ve por el bien de México. Muchas veces hacemos actividades que no nos deberían de corresponder de acuerdo a nuestra área, aun así es divertido conocer ampliamente el mundo editorial y cómo se hace una revista y ver cómo es una pequeña empresa editorial.

2.3 Actividad de intercambio: entidad - sociedad

En Paralelo 21 se hacen intercambios con los clientes en términos de colaboración y de publicidad. Es decir se da publicidad, fotografías, contenido de reportajes e investigaciones con diversas instituciones para ayudar a que se enriquezcan de conocimiento y a abrir puertas, pues trabajando de forma colaborativa y haciendo intercambios todos ganan. Aquí el aspecto no es tanto económico, sino de difusión. Por ejemplo Canal 11 mantiene un intercambio con nosotros en el cual les damos publicidad en la revista (una plana cada mes) y ellos nos mencionan en su programación. En muchas ocasiones Luis Jorge Arnau va a hacer entrevistas y habla de la editorial. Hacen mención de ella tanto en la televisión, radio, redes sociales y en sus medios impresos.

Todo esto lleva un contrato de por medio: se estipula una cantidad y se tiene que cubrir de acuerdo con los precios establecidos de ambos medios. También se realizan convenios por ejemplo con hoteles les hacemos artículos y les damos páginas de publicidad a cambio de habitaciones, para poder ir a vacacionar o si se ocupa para visitas de trabajo, con eso se compensa. De igual forma hay un contrato de por medio. Otro ejemplo es la Cineteca nos dan boletos para películas a cambio de publicidad.

Las entidades empresariales son representaciones abstractas de la estructura empresarial.

2.4 Relaciones políticas, culturales y sociales

Paralelo 21 es una empresa apartidista, es decir no se inclina por ningún partido político y no le interesa ser patrocinado por ningún partido político. En este medio como en muchos, en cuestiones de publicidad las revistas pagan un “diezmo” a las dependencias de gobierno para poder entrar en el presupuesto anual que se les da para contratar medios de comunicación y así poder difundir su contenido, llámese anuncios, *banners* (publicidad en medios digitales) *spots*, menciones, comunicados, etc. *Mexicanísimo* es una de los pocos medios que aún no ha aceptado pagar ese diezmo que se les pide para que sean “contemplados”. Por no pagar esa “cuota” muchas dependencias no contestan llamadas de *Mexicanísimo* en las que se les presentan nuevamente el medio para que nos den un poco de publicidad o la oportunidad de trabajar con ellos.

El dueño de la empresa no pertenece a ningún partido político y ha declarado que tampoco se inclina por ninguno, conoce la situación actual y no se ha dejado sobornar por la política, aunque a veces la empresa esté en números rojos, porque lo que salva a la empresa es vender publicidad.

Relaciones culturales. En Editorial Paralelo 21 las relaciones culturales son muchas. Al ser una revista de cultura mexicana, se conoce de pies a cabeza el sistema cultural del país. Su contenido incluye arte, música, fiestas, tradiciones, gastronomía, cine, teatro, turismo, en fin, es demasiado lo que conforma a la cultura mexicana, por lo tanto se deben tener relaciones culturales para poder sobrevivir en el medio y nuestros mayores proveedores el Gobierno pues es el que tiene y cuenta con toda esa información que se necesita para la regleta y el contenido que se da. También es quien mantiene una relación con las dependencias de turismo y cultura, pilares para la revista y esas relaciones en muchos de los casos se basan en contactos. Si se logran buenos contactos se obtienen buenos beneficios, en este sentido no se paga ninguna cuota o diezmo. Aquí se trata de ser hábil en cuestión de logística, buenos contactos y de tener presencia como revista. También en el

aspecto cultural entran las relaciones con expertos en temas especializados, por ejemplo con profesionistas que saben de lo que hablan, a ellos se les llama colaboradores y tenemos muchos colaboradores culturales y especializados.

Relaciones sociales. Editorial Paralelo 21 mantiene un sinfín de relaciones sociales. Primero están sus empleados, porque empleados contentos rinden más y trabajan mejor, las relaciones sociales con ellos son muy amenas porque no es necesario estar detrás de nosotros para realizar el trabajo. Sí hay jefes pero no tienen que estar detrás de los empleados, son relaciones sociales de confianza que nos abre las puertas para mantener una buena interacción con clientes, proveedores y colaboradores.

También se mantienen relaciones sociales con los llamados colaboradores, ellos son parte fundamental para que se hagan revistas o libros. Cualquier producto o servicio de la empresa se basa en buenas relaciones sociales con sus colaboradores y ellos a su vez traen en muchos casos a más personas a las que les llama la atención la línea editorial de Paralelo 21. La base de una comunicación en una empresa, en mi particular punto de vista, son las relaciones sociales. Mientras más gente conozcas, más esa misma gente te va a recomendar y más se abrirán puertas para llevar a cabo cualquier proyecto o en este caso, para desarrollar temas de difusión y relación públicas.

Entidad: sesgo de actuación, actividades no lucrativas.

Actividades no lucrativas. Además de ser una empresa que se basa en generar ingresos para sus dueños, mantener a sus trabajadores y seguir siendo del gusto del público, así como que mes con mes esté a la venta en puestos de periódicos, también desempeña actividades no lucrativas. Ayudamos a la difusión de campañas publicitarias a fundaciones como Cordón Vital, Ser Humano y algunas que recolectan corcho latas y tapa roscas para niños con cáncer, entre muchas más. Sabemos que son fundaciones y que la mayoría de ellas no tienen un presupuesto

económico que puedan destinar para publicidad; nosotros les obsequiamos de cortesía un anuncio que les sirve para darse a conocer, para que la gente que compra y lee la revista vea su anuncio y se anime a saber más de la fundación. También se hacen subastas de fotografías sobre cultura, arte, cine, gastronomía, turismo, fiestas y tradiciones, todo 100% mexicano y el dinero recaudado es destinado a fundaciones.

En septiembre del 2017 experimentamos un temblor que sacudió a nuestro país, a nuestra ciudad. En esas fechas con el fin de ayudar y sin buscar lucro, hicimos una colecta para apoyar a los damnificados, esa ayuda la destinamos al pueblo de Zinacantán, en Chiapas, una comunidad que quedó muy destruida por los movimientos telúricos del 8 y el 19 de septiembre. Decidimos ayudarlos ya que fue una comunidad cuyo nombre no recibió difusión por parte de los medios de comunicación y nadie sabía de ella.

Mexicanísimo se caracteriza por ayudar. La línea editorial la tiene muy clara conocer y reconocer lo bueno de nuestro país. Todos somos *Mexicanísimo*, la ayuda no es para ganar fama, se hace de corazón y sin fines de lucro.

También llevamos a cabo donaciones de revistas a hospitales, bibliotecas, consultorios, agencias de autos, centrales de autobuses, para vehículos de Uber y hoteles, esto se hace para que la revista la conozca más gente, nuestro sistema de donación más grande es para el hospital de Pemex, que mes con mes recibe un total de 2 mil revistas, y la aportación logra que alguna manera sea más amena la espera de los familiares de los pacientes que están en el hospital. Lo mismo pasa con los otros destinos de los donativos: la gente puede tomarla en sus manos leerla, hojearla, conocerla y sobre todo enterarse de y despertar su interés por lo que hay en nuestro país reconocer México.

Capítulo 3 Mi actividad en *Mexicanísimo*

A *Mexicanísimo* (Editorial Paralelo 21) llegué el 1 de marzo del 2015. Originalmente entré como asistente del área comercial. Mi labor no era muy demandante, pero todo cambió a raíz de una mala racha de la empresa. De hecho yo iba a ser una de las primeras en salir cuando el Ing. Arnau decidió que iba a cerrar la empresa.

Actualmente realizo múltiples funciones y sigo en constante aprendizaje y crecimiento laboral, conozco todas y cada una de las partes de las que está compuesta una empresa editorial. Conozco cómo es el proceso de elaboración de revistas y libros desde que se tiene la idea de la que van a tratar, pasando por las muchas etapas que vienen después, hasta que el producto está terminado y llega a las manos de los lectores. Sobre esto hablar con más detalle en los siguientes subtítulos.



Portada de *Mexicanísimo*, edición 83, fue la que se publicó cuando ingresé a la editorial.

3.1 Mi llegada al medio

Llegué a la expresa tras una entrevista de trabajo que me hicieron en febrero del 2015, dos semanas después me llamaron y me dijeron que me podía presentar el 1º de marzo de ese mismo año. Originalmente me contrataron para asistir en el área comercial de la cual no tenía ni idea de cómo era su manejo o en qué consistiría mi trabajo. Tenía un jefe fue el que me contrató, llamado Francisco Shoereder, realmente no me enseñó mucho, más bien de quien aprendí el manejo del área y cómo llevarla fue de Javier Flores, quien actualmente sigue trabajando ahí, y de un chico llamado Rodrigo Sánchez, que ya no labora con nosotros. Poco a poco fui aprendiendo cómo manejarlo.

Desafortunadamente sufrí un accidente al poco tiempo de entrar a trabajar ahí y tuve que estar varios meses fuera por incapacidad. El Ing. Arnau estuvo al pendiente de mi caso, me dijo que primero era la salud y que ahí estaba mi lugar en la empresa.

Pasaron los meses y regresé justo para la fiesta de fin de año de la empresa, no recuperada al 100%, pero ya dada de alta para volver a trabajar. Para ese momento ya no estaba mi jefe, Francisco, lo había reemplazado en el puesto de director comercial un hombre llamado Alejandro Flores. En esas épocas seguí asistiendo al área comercial. Hacía reportes y me encargaba de facilitar información de clientes que formaran parte del público “*target*”³ de la revista. Creaba bases de datos y

³ “Target” no es otra cosa que “objetivo” y cuando la palabra se aplica en al ámbito del marketing se refiere al público objetivo de nuestras acciones. ¿A quién nos estamos dirigiendo? ¿Cuáles son sus gustos?, ¿sus costumbres? ¿Dónde está? En este ámbito, el conocimiento del mercado y del público al que nos dirigimos es fundamental y debe guiar todas nuestras decisiones: precio (¿cuánto está dispuesto a pagar?, ¿tiene ya una alternativa a nuestro producto y cuánto paga por ella?). <https://metodomarketing.com/que-es-target/>

conseguía contactos para dárselos a los vendedores de publicidad, para que después los contactaran en nombre del medio.

En realidad mi rol era pequeño, tenía que hacer trabajo de investigación, indagación y estudio de mercado comparando los anuncios que las instituciones de iniciativa privada y gubernamental les daban a los otros medios. Me encargaba de hacerles llegar los testigos (las revistas que se mandan al cliente como muestra de que su anuncio sí salió; el equivalente al comprobante de compra) Para hacerles llegar sus testigos les llamaba a los clientes verificaban en la base de datos sus direcciones y qué persona los iba a recibir. Les preguntaba cuántos solicitarían, la dirección, el área y el personal, todo eso lo capturaba en una hoja de reportes en Excel y se la mandaba al área de distribución para que ellos a su vez se la dieran al chofer mensajero. También realizaba un acuse de papel que llenaba con la dirección que estaba en la hoja de Excel el acuse lo firmaba el cliente y era mi comprobante para saber que ya estaba entregado el trabajo.

Esto es de tener un mayor control de las mercancías, porque sí habían sucedido casos en donde el cliente decía que no se le habían entregado, ya sea documentos o *testigos*, pero con ese acuse teníamos cómo ampararnos y le decíamos que efectivamente se le entregó y firmó tal persona. Así fue el 2015 para mí, desafortunadamente mi jefe directo no logró cubrir las expectativas del área y por supuesto de la revista fue por eso que en junio del 2015 lo cesaron, pues ya no requerían más de sus servicios. El problema de Francisco Shoerer fue que nunca cumplió con lo que prometió.

Aun sin cabeza en el área comercial la revista siguió. Javier Flores es la persona que siempre ha sacado la revista adelante. Sabemos de antemano que la revista no es para todo tipo de público y sus compradores son específicos, al igual que los clientes de ventas; es ahí donde entra Javier Flores, con su cartera de clientes generalmente del sector gobierno. Estos clientes son quienes sostienen la revista. Ellos mantienen un presupuesto anual asignado para cada medio Javier tiene una

facilidad de palabra y gran conocimiento del medio, él prácticamente lleva trabajando en la revista los 10 años que esta lleva funcionando y sabe perfectamente todas sus partes, ha logrado hacer convenios con Canal 11, Canal 22, TV UNAM y con la Cineteca Nacional.

Sin una cabeza al mando del área comercial se tenía que buscar a alguien inmediatamente. En ese entonces trabajaban dos personas externamente y por comisión de venta de publicidad del señor Felipe Certucha y Verónica Martínez, aunque no iban a la oficina, si necesitaban una presentación, una tarifa o algún documento revistas o libros, yo se los proporcionaba, ya que a mi cuidado estaba el almacén del área comercial y yo me encargaba de actualizar las bases de datos de los clientes y por supuesto a asistir al área en general. Me apoyaba en Celia León quien en esas épocas era asistente personal de Luis Jorge y que pertenecía al área de administración también me respaldaba en Rodrigo López, un chavo que estaba aprendiendo a vender publicidad pero conocía la empresa en general.

Ahí fueron mis primeras lecciones, pasaron algunos meses y me presentaron a Alejandro Flores, quien fungió aproximadamente seis meses como Director Comercial, tampoco logró muchas cosas para la empresa y le tuvieron que dar las gracias. Durante la dirección de Alejandro Flores el equipo estaba formado por Flor Martínez una amiga de Alejandro Flores los contrataron a los dos al mismo tiempo y eran equipo, solamente lograron vender dos anuncios en toda su estadía en la revista. También ya se había incorporado al equipo interno Verónica Martínez, y estábamos también Javier Flores y yo.

Después del despido de Alejandro Flores y Flor Martínez, de nueva cuenta se quedó sin líder el área comercial, afortunadamente lograba salir y la revista tuvo una buena racha con Verónica y Javier; ambos vendían el mínimo pedido por mes, que eran 10 anuncios. Aquí yo fui adquiriendo más independencia laboral y aprendizaje. Me fueron enseñando más cosas y metiéndome más en todas las áreas. En menos de

un año ya conocía la mayoría de las áreas de la empresa. Ya me hacía notar y no sólo era del área comercial.

Pero el gran salto que di fue en agosto del 2016. La empresa sufrió muchas pérdidas y estaba a punto de quebrar, Luis Jorge nos avisó con un mes de anticipación y nos dijo que la empresa iba a cerrar y que estuviéramos buscando trabajo para seguir teniendo sustento económico, que si necesitábamos pedir permiso para ir a entrevistas de trabajo nos lo otorgaba sin ningún problema. Es ahí cuando nos mudamos de oficina (a un lugar dos cuadras atrás de donde estábamos) Para ser sincera yo era una de las primeras personas que iba quedar afuera, porque fueron renunciando varios miembros del equipo y otros iban a dejar de laborar el último día de agosto.

Sin embargo, de alguna manera me puse las pilas por así decirlo y empecé a hacer cosas en las otras áreas. Nos cambiamos a las oficinas que tenemos actualmente que es la casa de descanso de Luis Jorge y que adaptaron a modo de oficina



Portada de *Mexicanísimo*, edición 100. Con esta número fue cuando inició la gran crisis de la revista, en ese entonces se anunciaba como la última edición que se publicaría.

Empezamos a hacer mudanza nosotros mismos. La nueva oficina en realidad no estaba tan lejos y empezamos a traer nuestros artículos al otro lugar de trabajo y pues prácticamente empezamos desde cero. Fue ahí donde me encargué yo sola de organizar todos los números de las ediciones pasadas de la revista que teníamos almacenados en las otras oficinas. Me dijeron idéate en donde los podemos acomodar. Encontré el lugar perfecto en un cuarto enorme que se encuentra en la parte de atrás de la casa, ahí instalamos estantes y repisas, y sobre ellos acomodamos la revista, ordenada según la edición. Por supuesto, también etiquetamos los estantes para poder saber qué edición estaba en cada nivel. Teníamos demasiadas revistas, fue chistoso pues no sabíamos qué teníamos. También encontramos el lugar perfecto para colocar todos los libros que teníamos y el resto de nuestros productos como bolsas, separadoras de libros, tazas de *Mexicanísimo*, playeras y demás.

Todo fue acomodado en un lapso de aproximadamente tres semanas, pasando ese tiempo ya todo estaba ordenado e inventariado por supuesto. Ahí empecé a colaborar con Claudia Romero la encargada de logística, almacén y distribución, ella se responsabilizaba de librerías, puntos de venta de la revista, de facturar a librerías, a bibliotecas, en fin, todo lo que conlleva la distribución de libros y revistas y también estaba a cargo del chofer mensajero.

En esa época empezamos a trabajar de la mano, ya que el área comercial se mantuvo parada durante un mes aunque sí continuó saliendo la revista con los clientes que ya estaban contemplados para el número de septiembre 2016. Entonces, además de mis obligaciones en el área comercial, me pude empapar y conocer otras áreas. Claudia Romero era, por así decirlo, mi jefa inmediata, porque tampoco teníamos ninguno Javier y yo, en realidad ya eran contados los que continuábamos: máximo 10 personas seguimos trabajando en la empresa en ese entonces.

Por falta de personal, todos cubríamos áreas distintas y ahí empezó mi aprendizaje. En su momento me tocó ser mensajera de clientes del área de ventas, iba a las dependencias de gobierno a entregar documentación o a actualizar información de la empresa, también entregaba testigos y facturas o llevaba a firmar algún documento como parte del área comercial. De la misma forma, me tocó ir a agencias de medios, y contamos también con clientes de iniciativa privada.

Otra de las labores que se me asignó fue la de realizar cobros a los clientes, pues tenía conocimiento de quiénes eran los clientes que debían dinero a la editorial, pero no sabía cómo era el proceso de pago tanto si eran de iniciativa privada o contactos en dependencias de gobierno. Todo tiene su método y su proceso. Aquí fue donde aprendí acerca del área a la cual entré a la empresa. No sólo es venta, también es pre y post venta, implica darle seguimiento a tu cliente y sí me confundí muchas veces, pues era un tema que no conocía y no tenía idea de cómo llevarlo a cabo.

Afortunadamente fui preguntando, porque sólo se me entregó un formato en Excel donde venía a quién llamar y cuál factura se nos debía con la fecha de elaboración. También traía un cuadro de observaciones que tenía que llevar yo. En muchas ocasiones no traía nombre ni teléfono de la persona encargada de pagos y facturas y entonces tenía que indagar, una forma de hacerlo era buscando el teléfono de la dependencia, el del área de comunicación social, y ahí me decían qué persona me podría proporcionar esa información que estaba solicitando.

Fue una etapa muy complicada para la empresa. Luis Jorge platicó directamente conmigo y me ofreció trabajo hasta diciembre de 2016. Me dijo que siguiera con la cobranza y que me fuera metiendo un poco en todas las áreas.

Aprendí un poco más del área comercial, los clientes seguían llegando y Javier continuaba gestionándola. Ya estaba un poco más involucrada en las ventas y el nuevo director se tuvo que acoplar a nosotros, a nuestro ritmo de trabajo. Estar en

una editorial en el área de ventas no es nada fácil, por el simple hecho de que cada editorial es un mundo, además de que el mercado editorial está en constante crecimiento y actualización. Tuvimos que dedicarnos y aprender mucho sobre la venta digital, el marketing digital y conocer ese mercado; todos los días se aprende algo nuevo. No sólo somos ventas, también somos reporteros e investigadores, los mismos clientes te piden en muchos casos algún artículo que vaya acompañado del arte (anuncio, es de alguna forma nuestra estrategia de venta. Si nos compran un anuncio en la página de internet, les obsequiamos un artículo sobre su institución o el servicio que proporcionan.

Nos llegan muchos boletines de prensa y nosotros tenemos que tener presencia en todos y cada uno de los eventos a los que nos invitan, es por eso que muchas veces me toca ir y estar presente con la certificación correspondiente. Es una manera de hacer dar a conocer al medio, además de que en las conferencias de prensa conoces a mucha gente, lo mismo ocurre en las presentaciones de libros, de obras de teatro, de cine, etc.

Durante octubre del 2016, el área de suscriptores de la revista se quedó a la deriva, no había personal que lo atendiera, no se podía quedar así y como yo contestaba las llamadas que entraban al conmutador, les tenía que dar respuesta a los suscriptores nuevos y los que querían saber qué iba a pasar con la revista. Algunos clientes reaccionaban enojados, otros eran comprensivos y otros muy amables, a todos se les daba respuesta de lo que estaba ocurriendo con la revista. Yo era la encargada de comunicarme con ellos y mantenerlos contentos en cierta forma con su revista. Recordemos que ellos son clientes y es público que mantiene vivo al medio, son, como dicen, “los fans de la revista”.

Otra de las actividades que me ha tocado realizar es la de llevar la logística de las ferias del libro. Hemos estado presente en ferias internacionales del libro como la de Zócalo, Guadalajara, Palacio de Minería, la del Auditorio Nacional, la de León Guanajuato, etc.

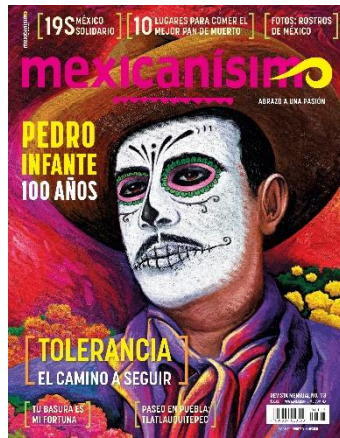
Me tocó hacer de todo, desde apartar el lugar donde poner el *stand*, seleccionar el material que se tiene que llevar, montar el *stand*, estar en la feria, representando al medio y hacer que la gente lo conozca, y, por supuesto llevar a cabo la desmontada de todo al término de la feria, cada una de ellas dura un lapso promedio de 10 días.

Mi rol no acaba ahí, también hago de reportera e invitada a eventos especiales como representante del medio. Hay agencias que invitan al personal de la revista para cubrir sus eventos, a presentaciones de productos, celebraciones de aniversarios, viajes, etc. El más reciente que tuve que ir a cubrir el Festival Internacional de Cine de los Cabos que incluyó un tour turístico de lo más emblemático de la ciudad de Baja California Sur. Fue un recorrido que hizo publicidad al estado y sus lugares.





Variedad de ediciones



Portada de la edición 113



Portada de la edición 117

3.2 Labores designadas

Mi labor principal fue en el área de ventas, el área comercial. Realizar reportes, trabajos de investigación e indagación, buscar contactos y una vez encontrados, presentarles el medio, hacerles una propuesta comercial, enviárselas y darles seguimiento a los clientes.

Realizar bases de datos con clientes, principalmente de secretarías de turismo, cultura y oficinas de OCV (Oficina de Convenciones y Visitantes).

Una vez hechas las bases de datos, marcarles y enviar propuestas a los prospectos de clientes vía correo electrónico. Se les envía una propuesta de acuerdo con un estudio, para saber si la dependencia o empresa a la cual se le están ofreciendo nuestros servicios tiene presupuesto designado para campañas de publicidad. Una vez enviada la propuesta se espera por un lapso de un día y se les marca por teléfono para corroborar si les llegó el correo enviado. En caso de que diga que sí se empieza la negociación. En ese momento se le pide la dirección de sus oficinas para hacerle llegar unas revistas y que vea en vivo el trabajo que hacemos como editorial. En el caso de clientes potenciales para proyectos de libro, se les envía un libro de muestra para que puedan ver la calidad de los productos editoriales.

Con los clientes que ya nos conocen y que son los de “casa” se manda igual sus respectivas revistas a los directivos de su dependencia y se gestiona la venta del mes en curso. Todo tiene su protocolo, es decir una metodología. Una vez que se realizó la venta, los clientes nos tienen que mandar el “arte” (el anuncio en .pdf o .jpg) Cuando esto sucede, el área comercial le envía el anuncio al área de diseño para saber si cumple con los requerimientos técnicos y de estilo. Ya que se aprueba se lo notificamos a los clientes y ellos proceden a enviarnos la orden de inserción, que es una hoja firmada por el director de comunicación social o del área de medios donde indican el tipo de servicio que les estamos dando. La orden de inserción también va firmada por el ejecutivo de venta y el director comercial. En ella vienen las instrucciones de facturación y testigos. Indica dónde se tiene que dejar la

información y documentación en físico y a quién se le tiene que enviar en formato digital. Ya que la revista se imprime, se les llevan sus *testigos* y la factura correspondiente junto con la orden de inserción.

Además de esto, como paréntesis, las instituciones que son dependencias de gobierno piden una serie de documentación para darse de alta como proveedor del Gobierno Federal, los documentos son los siguientes, por mencionar algunos, ya que cada dependencia solicita diferentes cosas:

Acta constitutiva de la empresa

Poder notarial

RFC de la empresa

Hoja del IMSS

Hoja del INFONAVIT

Tarifas autorizadas por Hacienda

Hoja 32-D SAT actualizada (caduca cada 28 días y el despacho contable nos la proporciona para saber que estamos en regla con el SAT con el pago de impuestos)

Hoja R1 de Hacienda (parecida al RFC)

Comprobante fiscal

Comprobante de domicilio

Carátula bancaria

Medía kit (carta de presentación del medio)

Tarifa Hacienda (proporcionada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a todos los medios con tarifas más bajas para el gobierno federal)

INE del representante legal

Cartas en hoja membretada (ya tienen machote de las instituciones que mencionan el medio, campaña, presupuesto, inicio y fin del contrato, datos de la empresa los cuales nosotros tenemos que llenar y firmar según sea el caso)

Carta de mejor precio

Carta de datos de la empresa (muchas veces piden esta carta personalizada y dirigida a un funcionario en específico.

Carta de No Inhabilitación para trabajar con gobierno.

Propuesta comercial

Cotización

Esto son solo algunos documentos, algunas instituciones piden más y otros menos, pero generalmente son esos.

Toda la documentación se les envía vía correo electrónico y en formato físico; una vez entregada, ellos nos llaman para, según sea el caso, recoger el contrato y que lo firme el representante legal o que el representante legal vaya a la institución a firmar. Una vez firmado nos mandan copia del contrato para archivar y que quede como respaldo. En el transcurso de unos días ellos nos llaman para el trámite de fianza, que son un amparo del pago que está pendiente. Es el que avala que hay dinero por ambas partes, tanto para dar el servicio como para pagarlo. Una vez que la fianza está autorizada y con el visto bueno, el área de recursos materiales y financieros de la institución se comunica con nosotros para indicarnos fecha de pago. En caso de que no se comuniquen con nosotros, yo me encargo de llamar para saber si estamos “ok” con ellos y ellos me dan el nombre de la persona encargada de pagos. Me comunico con esa persona, la cual me indica fechas de pagos y fechas en que ingresó la factura del medio.

Es el mismo proceso tanto para dependencias de gobiernos como para agencias de medios, que son las que deciden el presupuesto de las marcas y servicios comerciales para todo tipo de medios de comunicación.

Área de suscripciones

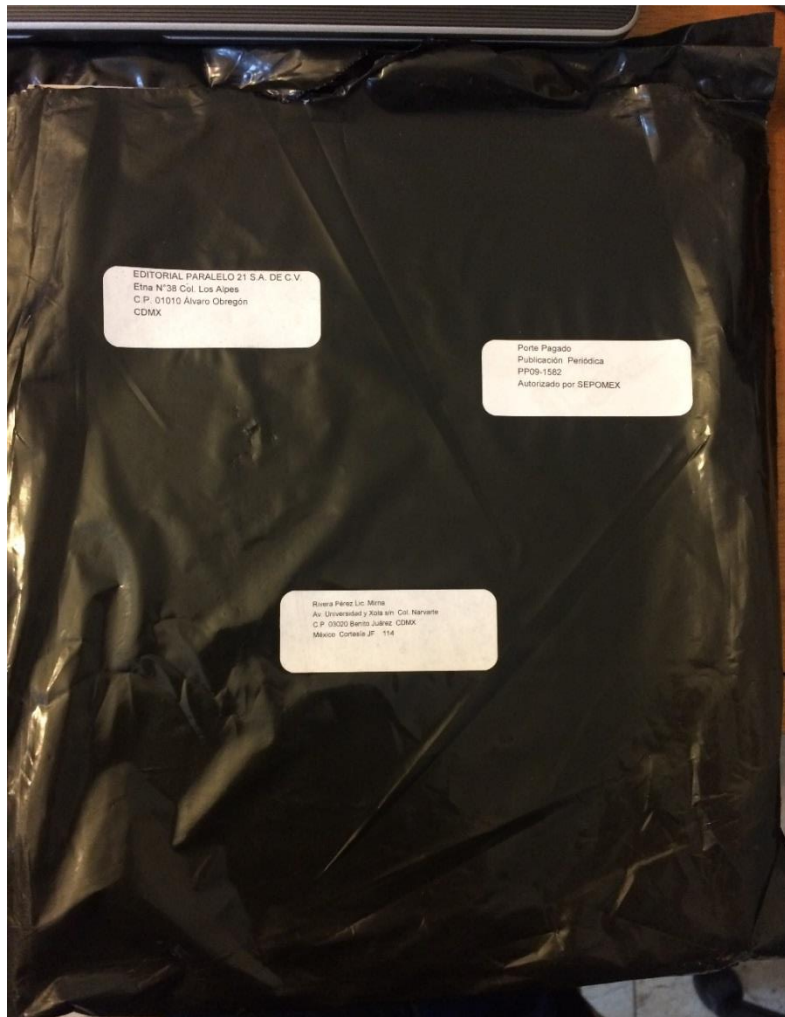
Como segunda labor que se me designó se encuentra el encargarme del área de suscripciones. Esta es una de las áreas más difíciles de llevar, pues en muchas ocasiones no llega la revista a las manos de los suscriptores y ellos llaman enojados con justa razón, pues si estás pagando por algo que pediste y este algo no llega, la molestia es justa. Muchas veces ese problema no lo puedo resolver yo directamente pues dependemos de Correos de México que es nuestro proveedor de mensajería masiva y en muchas ocasiones pierden la revista que enviamos. Son muchos factores los que intervienen, puede ser que no se encuentra a la persona que se busca, que el portero no recibe la mensajería, que se la roban o que la dejan en el buzón y nunca se recoge.

En fin, desafortunadamente es un servicio empresarial económico por el número de revistas que se envían cada mes, pero antes de que entren al proceso el SEPOMEX o Correos de México, yo intervengo en la revista previa a la llegada a las oficinas. Es decir, se hace una base de datos en Excel con cinco pestañas, la primera pestaña contiene el total de suscriptores, colaboradores (esta lista me la envía el área editorial y consta de las personas que colaboraron en el número de la revista a ellos se les envían dos números de la misma); la segunda pestaña se llama CDMX y contiene los nombres de suscriptores que viven en la Ciudad de México; la tercera pestaña lleva por título Nacional, con los suscriptores que viven en el resto de la República Mexicana; la cuarta pestaña se titula “Estado de México” y la última pestaña es la de “Internacional”, con los suscriptores de todo el mundo se divide en secciones: “A” son los que viven en el continente americano y los de la sección “B” habitan en Europa o Asia

Después de que queda lista la hoja en Excel con todos los datos de los suscriptores, que deben incluir nombre completo, calle, número de casa e interior, colonia, código

postal, ciudad o municipio, edición que se envía y si es suscriptor o colaborador (también se pueden enviar cortesías de la revista).

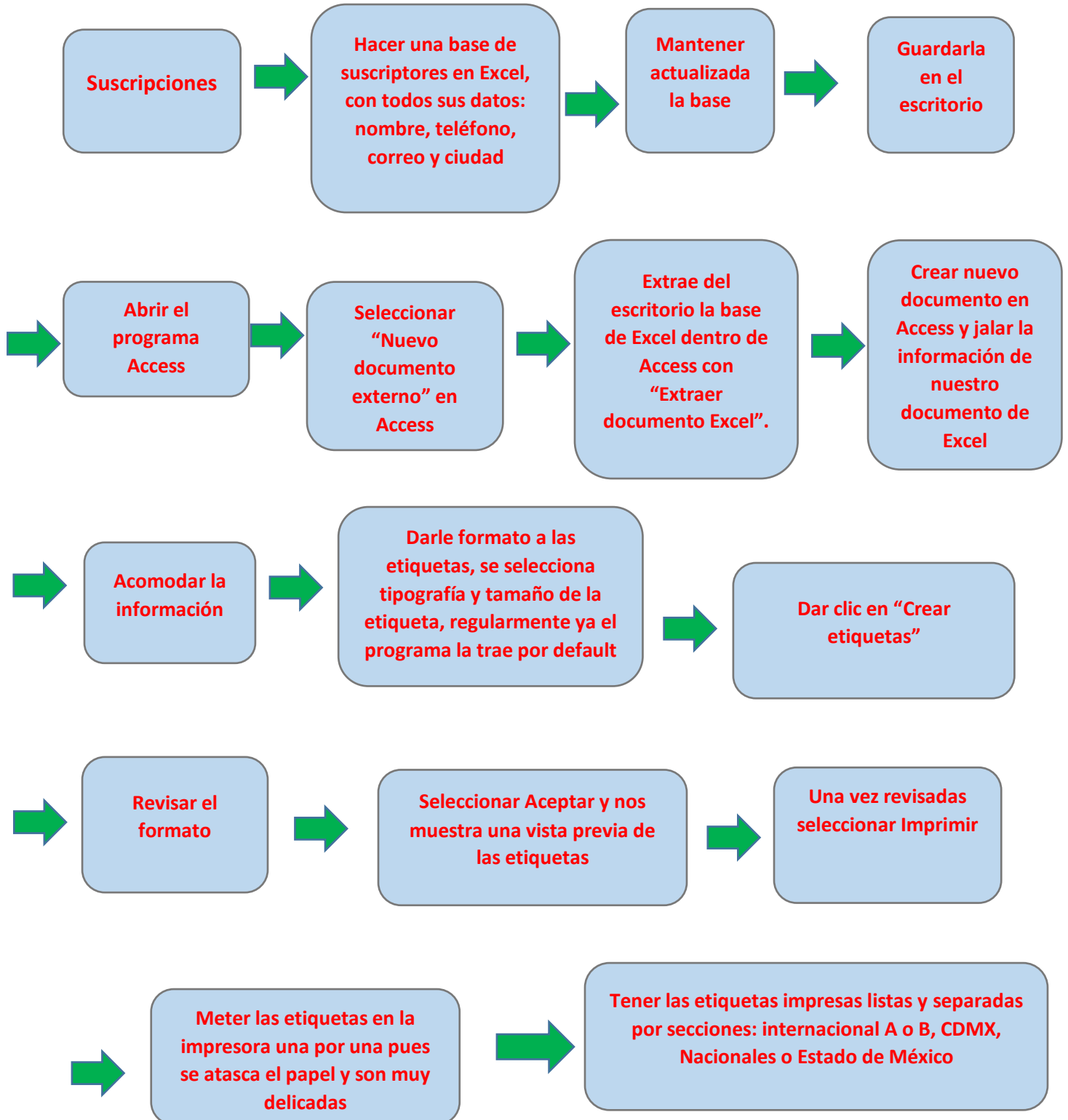
Se guarda la hoja en el escritorio y después utilizo otro programa para imprimir las etiquetas se llama "Access" Ahí exporto mi archivo de Excel lo empiezo a acomodar, pestaña por pestaña, y me da la opción de hacer etiquetas. Meto la hoja de mis etiquetas en blanco y se imprimen, esto lo debo hacer con mucho cuidado, porque si la hoja se mueve corro el riesgo de que las letras salgan chuecas y que se corte algún dato de las etiquetas. Son de la paquetería de Office las etiquetas van pegadas en una bolsa negra que contienen la revista van selladas.



Muestra de cómo queda la revista y las etiquetas para envío a los suscritores mediante SEPOMEX Correos de México

Diagrama SEPOMEX, creación de etiquetas y salida de revista

¿Qué se hace?



Pero además del nombre y la dirección, cada revista embolsada debe llevar cada otras dos etiquetas más: una con el nombre de la editorial y razón social, y otra con la leyenda de porte pagado y un código que es la numeración de nuestro porte. Entonces, son tres etiquetas pegadas en la revista embolsada y sellada Pero estas etiquetas no se deben de pegar así como así, cada una debe colocarse en un lugar específico para respetar el formato que pide Correos de México para que la máquina que los franquea y rastrea pueda hacerlo sin ningún problema. Y ya ahora sí entran en logística de Correos de México.

Al momento de pegar las etiquetas tienen que ir separadas por Ciudad de México y en orden alfabético es decir: primero debe ir la delegación Álvaro Obregón, después la Benito Juárez y así sucesivamente y tienen que ir amarradas con rafia y por delegación alfabéticamente. Siguen, todas juntas e igual alfabéticamente las del Estado de México; después las nacionales ordenadas y amarradas alfabéticamente; y por ultimo separadas y amarradas las internacionales dependiendo de si son de sección "A" o sección "B". Van en cajas y cada caja indica a qué sección pertenece. Se llena un formato que nos manda Correos de México y que trae el número de envíos y datos de la empresa para llevar nuestra revista a sus oficinas ubicadas por Vallejo se realiza la trasferencia y se dejan en las oficinas de Correos de México.



Muestras de devolución de la revista, una vez que se envían por medio de Correos de México regresan a la oficina en promedio en un lapso de dos meses.

En algunos casos la revista llega al otro día de hacer los envíos, en otros, tarda demasiado en llegar o retornar la revista a las oficinas de la editorial.

Área de envíos por paquetería privada. Además de hacer envíos vía Correos de México, contamos con una cuenta por paquetería de FedEx, que es una empresa bastante cómoda. Nuestro contrato con ellos se debe a que, como somos socios de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) nos hacen un 40% de descuento y nos respetan el mismo costo del envío, ya sea que pese 1 kilo o hasta 11 kilos. Es un servicio de primera y yo manejo y tengo el conteo directo de la cuenta de la editorial. Me encargo de los envíos vía FedEx y yo misma los hago, empaqueto y se los entregó al recolector de la empresa.



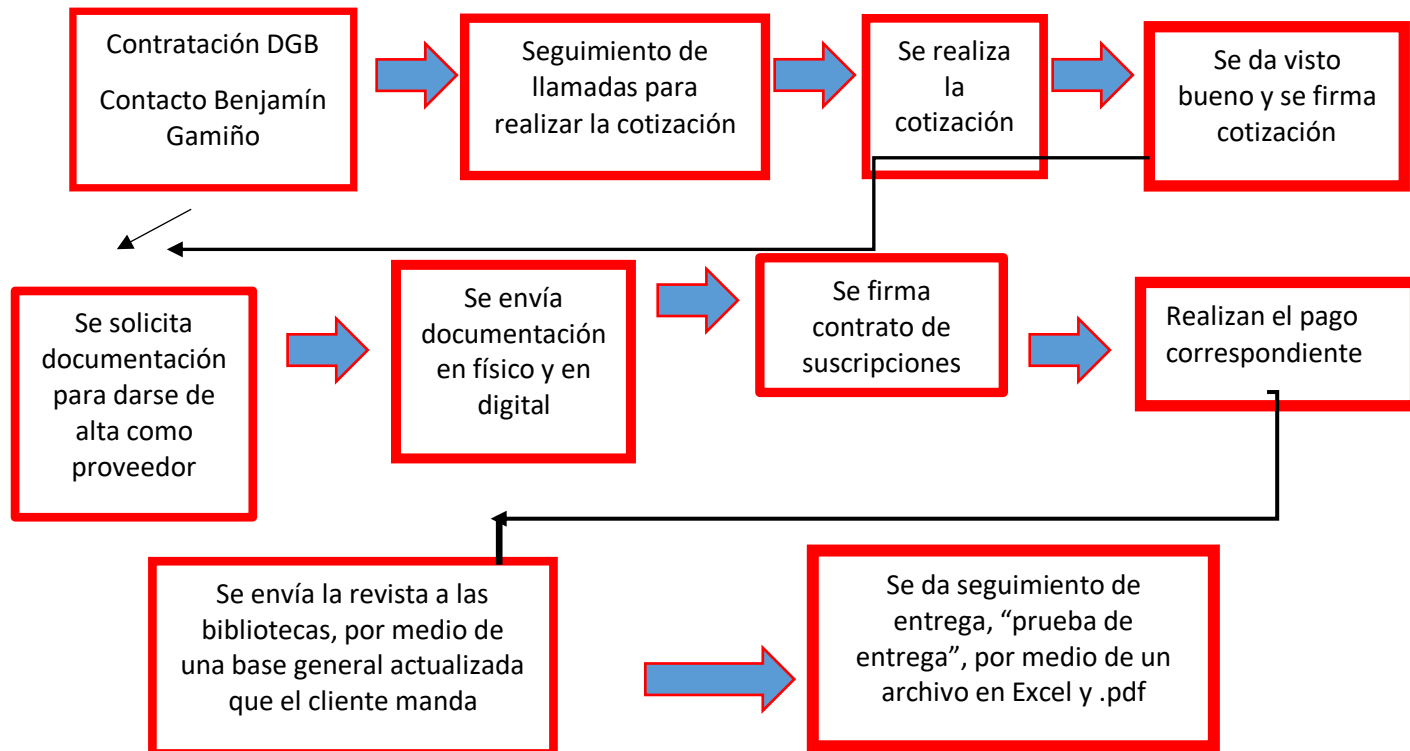
Muestra de envíos por paquetería privada de FedEx.

DGB, Dirección General de Bibliotecas de la Secretaría de Cultura

Es otra de las labores que se me asignaron: encargarme de enviar las 500 suscripciones que tenemos con ellos. A principios de año se envía una cotización para que nos compren un total de 500 revistas las cuales se distribuyen a nivel nacional y de la Ciudad de México. Desde un principio se hace todo un proceso de compra-venta. Estas 500 revistas se reparten por delegaciones y estados de la República Mexicana para que estén disponibles en la red de bibliotecas de la Secretaría de Cultura antes llamada CONACULTA.

Es una forma más de promocionar la revista, que también debe ir empaquetada y acomodada para enviarla. En este caso lo que principalmente hago es encargarme de los envíos vía FedEx a nivel nacional y por supuesto después de una semana de enviarlas les doy seguimiento para entregarlo al cliente que es con quien tengo contacto, entregarle una base con la dirección de la biblioteca y el encargado, el número de guía y rastreo, saber quién firmó de recibido y qué ha pasado con el paquete que se envió.

Diagrama DGB



Junto con la base de datos Excel, se entrega una carpeta con archivos en .pdf de "Prueba de entrega". Con esto nos amparamos ante ellos en caso de que digan que les debemos alguna revista.

Eventos especiales

Otra labor que se me asigna es la de estar presente en los eventos y presentaciones que organiza la editorial. Muchas veces me encargo de buscar lugar ya sea que se tenga que pagar por su uso o que se acuerde un intercambio en el que yo les ofrezco publicidad o elaborarles artículos que difundan su producto. Por ejemplo, se han realizado presentaciones de libros en salas de la Cineteca o en Casa de Risco, Centro Cultural Isidro Fabela que son las locaciones más usadas por nosotros. Ahí hemos presentado los últimos libros de la editorial y en Casa de Risco festejamos décimo aniversario de la revista.

A mí me toca presentar la revista en la mesa de bienvenida (regalar ejemplares a los que llegan y recibir a los invitados) y estar en el área de venta de libros y revistas según sea el caso. Es muy gratificante estar en este tipo de eventos porque asisten personas que le tienen un cariño especial a la editorial. Me dedico también a enviar las invitaciones para este tipo de eventos internos. También es un buen lugar para hacer relaciones públicas y así lograr que se den a conocer los productos de la editorial.

Ferias de libro

Las ferias internacionales de libro son eventos especiales y muy bonitos cuando se trabaja en una editorial. Son enormes y llenas a reventar de sabiduría y conocimiento. Estar presente en el proceso de participación desde que se hace la reservación del *stand* (puesto) y se registra a la empresa como proveedor y editorial. Preparo el material que se va a llevar al momento de montar el *stand*, imagino y diseño en la mente cómo va a quedar bonito y cómo va a ser más atractivo para el público que visita la feria.



Feria del Libro Zócalo 2017

Llevamos todo tipo de material a las ferias, por ejemplo bolsas, tazas, separadores de libros, playeras de cosas mexicanas, artesanías, revista y libros de la editorial. Todo se acomoda como mejor se vea, al otro día se abre la feria del libro y se empieza la venta. En el caso de las ferias del libro de la Ciudad de México nos turnamos por ejemplo a mí me toca asistir en la mañana y a mi otra compañera en

la tarde ella cierra, yo abro. Es la dinámica que mantenemos durante 10 días que incluyen fines de semana.



Foto por Mariana Torres, inauguración FIL Guadalajara

Al estar presente en esas ferias conoces a mucha gente de otras editoriales, descubres títulos que no sabías que existían y puedes comprar muchos libros y lo mejor aún, a un bajo costo. Cuando son ferias foráneas son más amenas. Conoces nuevos lugares y nuevas exposiciones. La FIL de Guadalajara es una de las ferias internacionales del libro más importantes de todo el mundo y es inmensa, están presentes expositores de muchos países para conocer la cultura de otros lugares. En cada feria del libro hay un invitado, en el caso de la FIL de Guadalajara 2017 fue Barcelona. En esa feria me tocó estar presente desde el inicio y hasta el fin y la verdad me encantó. Todos los días aprendes cosas nuevas.



Foto Feria Internacional del Libro Guadalajara 2017.



Pequeñas ferias de libro en universidades.

Área editorial

Debido a que somos un equipo pequeño no nos damos a abasto para lidiar con todo el material que llega día a día. A mi correo llegan infinidad de invitaciones para cubrir eventos de cultura, turismo, cine, arte, gastronomía, etcétera. Nos sirven para hacernos notar como medio y tener presencia en este tipo de eventos, al final del día es hacer relaciones públicas y entablar comunicación con otras personas e instituciones.

He tenido que cubrir diversos tipos de eventos desde ir a un restaurante y degustar la comida de ahí, hasta realizar una nota sobre ella para que la gente sepa que es recomendable. He asistido como prensa a aniversarios de importantes marcas, por ejemplo el de Grupo Alsea⁴, de ellos me llegan muy seguido boletines de prensa para asistir a los eventos realizados de sus marcas.

Es muy emocionante porque te obsequian el boletín de prensa, hacemos presencia con esas marcas y en el mercado editorial y realizo notas para la página web.

También como labor extra, debo asistir a ese tipo de eventos. He cubierto algunos eventos del ámbito del espectáculo, como las *Lunas del Auditorio* y he ido a cosas que aparecen en la cartelera de Cultura de la CDMX. Por ejemplo están las exposiciones gratuitas que organizan por toda la ciudad y los conciertos de la Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México, entre muchos otros eventos.

⁴ Grupo Alsea es la cadena de restaurantes más grande de Latinoamérica y España, con marcas de reconocimiento global en los segmentos de comida rápida, cafeterías y comida casual. Lo integran marcas conocidas como Domino's Pizza, Starbucks, Burger King, Chili's, California Pizza Kitchen, Italianni's, The Cheesecake Factory, Vips, El Portón y Foster's Hollywood, entre muchas más. Y para promocionar sus marcas y productos, invitan a los medios de comunicación a este tipo de eventos.

Las marcas de autos no se quedan atrás, a eventos organizados por ellas sólo acudí una vez y fue a la presentación de un auto de la marca Honda, muy amena y muy interesante.

Hubo una época en que acompañé a Luis Jorge a colaborar en radio en vivo y ahí fue donde conocí cabinas de radio fijas y cabinas de radio móviles, donde producían los programas de radio. Los lugares sobre los que trataba el programa al que asistí eran una mezcalería y un restaurante. Cuando visité la cabina fija fue para el programa de Fernanda Familiar en Imagen Radio y *Código CDMX*, producido por la Secretaría de Cultura de la CDMX. De igual forma, es un mundo increíble e interesante estar en cabina y ver cómo hacen un programa de radio.

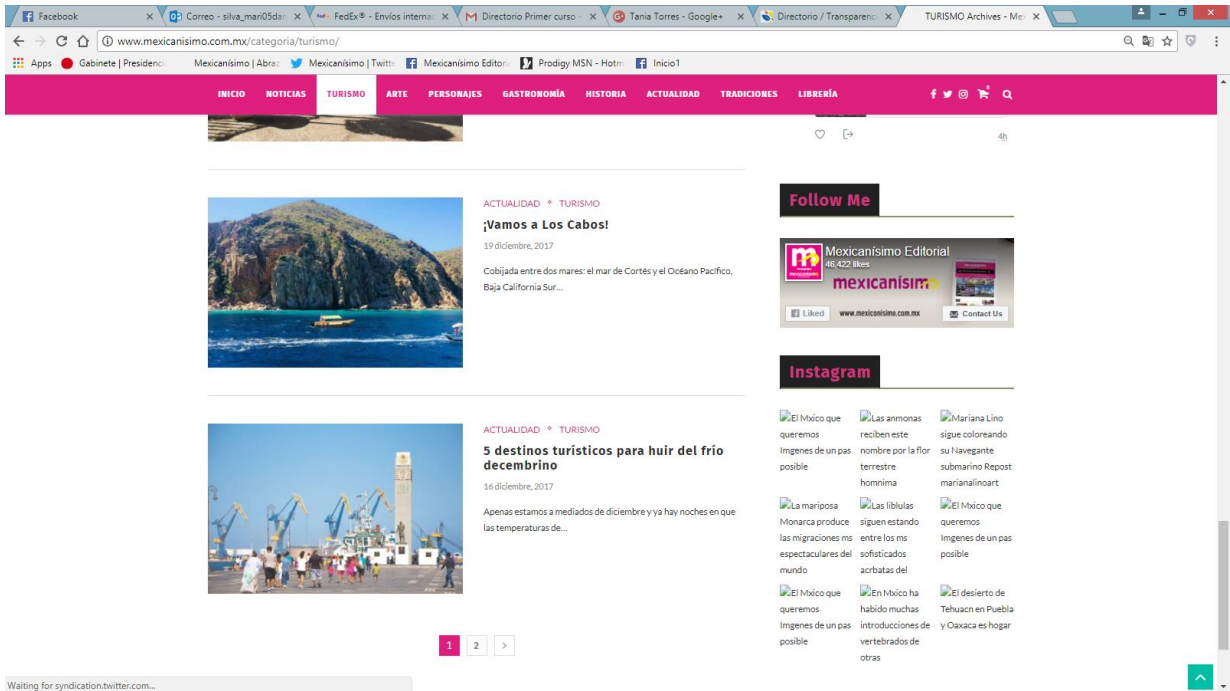
Además de la radio, también me han invitado a ver cómo era la imprenta donde se produce la revista, ahí solamente fui una vez. Con esa visita me bastó para ver el proceso de publicación de la revista desde pruebas de color, empaste, ubicación, encuadernado, impresión, tiraje y distribución, hasta pruebas finales y cuando mandan las que solicitamos a nuestras oficinas.

Los viajes tampoco han estado mal. Me tocó cubrir el Los Cabos International Film Festival en su sexta edición. Me mandaron a Los Cabos a cubrir el evento y además de ello a participar en un tour turístico por los mejores puntos que hay que visitar en Los Cabos para realizar reportajes. Escribí notas a partir de un intercambio acordado de anuncios publicitarios para la página web. Fue un viaje increíble y muy fructífero.

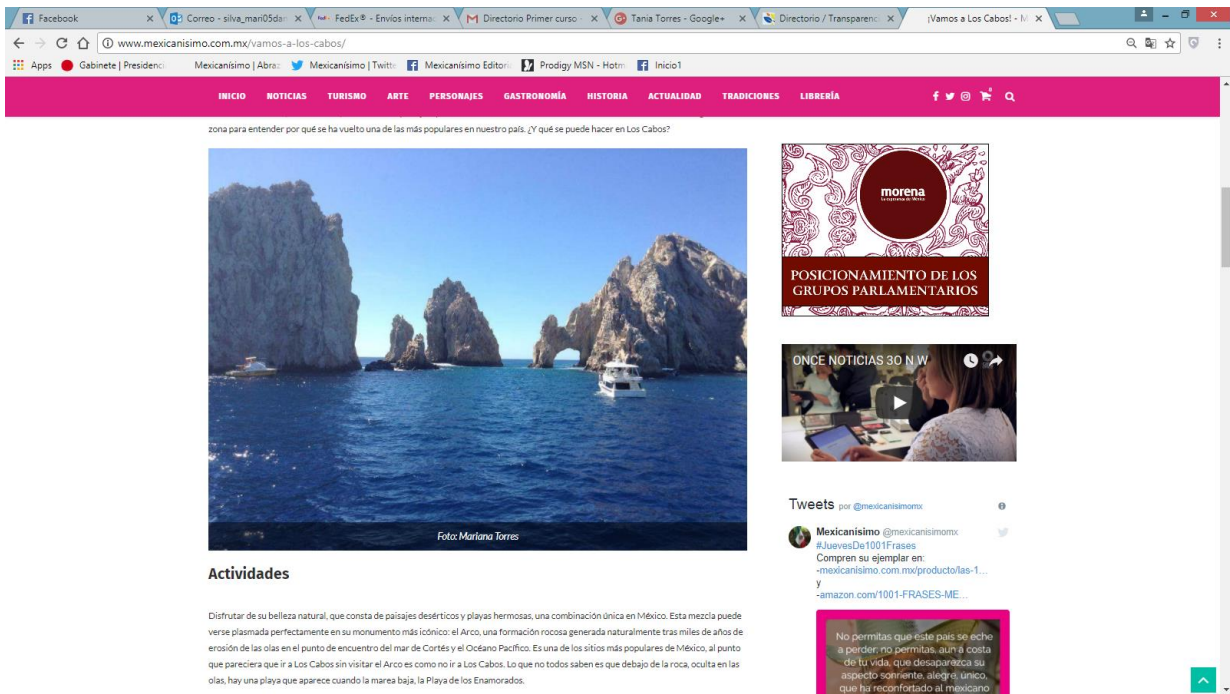


Fotos por Mariana Torres. Inauguración de la sexta edición de Los Cabos International Film Festival.

¡Vamos a Los Cabos! fue el título de la nota que escribí sobre el viaje a Los Cabos, que fue patrocinado por CPTM, el Consejo de Promoción Turística de México.



Mi nota publicada en la página web de *Mexicanísimo* sobre viaje que realicé a Los Cabos



Nota y fotos por Mariana Torres



Fotos por Mariana Torres. Nota disponible en:

<http://www.mexicanisimo.com.mx/vamos-a-los-cabos/>

Cubrí ese tipo de eventos porque si quieres conocer todas las áreas de una revista y de una editorial no te puedes quedar sentado y estático en tu lugar de trabajo. Tienes que salir y conocer el mercado laboral editorial, por ejemplo visitando las ferias de libros. Los fines de semana surgen este tipo de eventos y me gusta poner en práctica lo que estudié. Es increíble cómo la mayoría de las ramas de la comunicación están presentes en una editorial: relaciones públicas, comunicación social, organizacional, fotografía, radio, televisión, redes sociales, nuevos medios de comunicación, mercadotecnia, publicidad, propaganda, edición, etc. Realizar investigaciones sobre el mercado editorial no es tarea fácil, pero con un método planificado, se logran bastantes cosas, la comunicación es la base de todo.

3.3 Mi puesto en la empresa, recorrido laboral

Mi puesto en la empresa con el paso del tiempo se ha vuelto fundamental. Ojo, también una de las cosas de las que me he dado cuenta es que en ninguna empresa hay alguien con un papel fundamental, es decir, nadie es irremplazable; se va uno y llega otro. Creo que el papel del dueño es uno de los indispensables, a menos que venda u otra persona se encargue de la empresa. En muchos casos, la empresa se mejora, se salva y sigue vigente o en definitiva quiebra.

Mi papel ha tomado importancia se podría decir que soy el enlace de todas las áreas y la intermediaria. A mí se me piden muchas actividades en el día a día, muchas de ellas las he aprendido y en otras tantas continuo aprendiendo, me continuo desarrollando y analizando. Por ejemplo, si alguien me pide un envío de FedEx, pues yo lo realizo porque mantengo y manejo la cuenta de FedEx.

Si los suscriptores llaman pidiendo informes de la revista soy la primera persona con la que ellos entablan una conversación, antes de que lo hagan con algún otro integrante del equipo.

A las personas que llaman a la editorial para pedir informes de cualquier cosa, de algún número de la revista o sobre uno de nuestros libros, les doy la información correspondiente y si no la sé pregunto a quien sí sepa.

Una labor extraes que si falta algo para la oficina, yo soy la encargada de pedirlo al área financiera o administrativa. También me encargo del inventario de libros y les paso un archivo en una carpeta compartida para que todos los de la editorial sepan cuántos libros tenemos en existencia.

En sí, soy el enlace entre el área administrativa, los contadores y el despacho externo, con nuestras empresas externas de sistemas y de documentos para los

clientes como los del **INDAUTOR**⁵Gobernación, fianzas, etc. El enlace de dos áreas importantes: el área editorial y el área comercial. El enlace de los eventos, de los suscriptores y, por supuesto con nuestro público. En fin, el contacto con clientes.

No digo que mi papel sea básico, importante o fundamental, lo que sí puedo decir es que todos los días se aprenden algo nuevo y se mejora en algo que ya se hacía. Estoy en constante crecimiento y esas son oportunidades únicas.

En un trabajo donde tienes dos caminos sobresalir o quedarte quieto y esperar a que las cosas sucedan, es decir, sólo hacer lo que te corresponde y ya. No se trata de eso, no se trata de irse por el camino fácil, se trata de hacer el trabajo bien y diferente, de marcar una diferencia aunque sea un trabajo temporal, no se puede ir por la vida pensando que sólo vas a ir a ganarte un sueldo, por eso los trabajos se vuelven monótonos.

En la editorial preferí no sólo ir a ganarme mi sueldo, sino lo que quiero es explorar y conocer más, me fui metiendo poco a poco en todas y cada una de la áreas de la empresa, preguntando todo: el por qué y cómo de los procesos editoriales, también fui pidiendo oportunidades de crecimiento profesional y personal. No me fueron negados y gracias a ello obtuve mejores cosas y bastante aprendizaje.

⁵ INDAUTOR es el Instituto Nacional del Derecho de Autor, órgano encargado de proteger y fomentar los derechos de autor; promover la creatividad; controlar y administrar el registro público del derecho de autor; promover la cooperación internacional y el intercambio con instituciones encargadas del registro y protección del derecho de autor. Recibe y atiende diversos trámites diarios

3.4 Desarrollo del aprendizaje laboral obtenido

El desarrollo que obtuve a lo largo de mi recorrido laboral fue bastante amplio. De no saber absolutamente nada acerca de la rama editorial, conocí absolutamente todo, por lo menos en lo referente a la empresa donde me desarrollé. Conocer, trabajar en y abarcar todas las áreas mencionadas es algo único y muy fructífero para poder salir y encontrar algo mejor.

No miento. En el comienzo sí sufrí mucho cuando tenía que presentar el medio o asistir a algún evento. Hablar por teléfono de manera fluida sobre la revista es algo complejo. El escribir para la página web también es algo bastante satisfactorio. Todas y cada una de sus áreas que exploré me dejaron muchas cosas buenas y experiencias bastante fructífero, incluyo desde el área de administración, pasando por la de mensajería, suscripciones, editorial y hasta la comercial. Todas esas áreas fueron de mi agrado, me dejaron enseñanzas únicas y que al día de hoy sigo aplicando y, por supuesto, sigo buscando maneras de mejorar. En un principio cometía demasiados errores, pero aprendí con la práctica.

Sí hay muchos manuales, pero nada como el aprendizaje práctico, que llevas a cabo tú mismo. Si te equivocas, vale la pena aceptar esos errores y aprender de ellos. La rama editorial en la que me desarrollé fue en lo personal una que me resultó muy satisfactoria y una de las grandes cosas que me dejó, además de conocer cosas nuevas fue que me llevó a amar a México, a amar y reconocer a mi país, en cada página de la revista conocía un México que yo pensaba que ella no existía o en el que por lo menos ya había dejado de creer. Ver fotos y libros de ese país maravilloso cuando llegué a la editorial hacía que yo dijera: “¿En qué parte del mundo está ese hermoso lugar?”. Pues me decían: “Lo tenemos aquí en México”.

Conforme fue pasando el tiempo, me gustaba más y más el contenido que se producía en la editorial y disfruto todo lo que hago. Realmente, una se pone la playera del equipo al momento de hablar de México.

Vale la pena abrazar una pasión, la pasión por un país, por unos ciudadanos que estamos preocupados por el futuro de un país y trabajamos aportando un poco de nuestro conocimiento y mostrando todo lo bueno que tenemos aquí. Como ciudadanos tenemos que conocer y reconocer a nuestro país qué somos, quiénes somos, qué tenemos, qué hacemos y a dónde vamos.

Medios hay muchos, pero medios de comunicación que hablen bien y te muestren lo bueno que hay en tu país somos realmente muy pocos. Mi estancia en *Mexicanísimo* ha sido una de desarrollo de aprendizaje continuo, estática no me podía quedar, me gusta mucho el mundo editorial, fue un crecimiento laboral y profesional que ha hecho que agradezca la oportunidad que se me brindó y se me sigue brindando. Lo comparé con lo estudiado en las materias de la carrera, todo tuvo que ver, lo veía en la teoría y lo tuve que poner en práctica estando en un medio de comunicación. Desarrollar las materias de comunicación organizacional, gestión de empresas editoriales, teorías de la comunicación, géneros periodísticos, arte y comunicación, publicidad y propaganda, etc.

Ya traía una noción de todo eso, pero lo comprendí y puse en práctica al momento de estar laborando y al ver cómo funciona una empresa editorial, nadar sobre sus aguas fue un desarrollo bastante fructífero y productivo para mí.

Conclusiones

El ámbito laboral en una editorial es muy diverso y amplio. Todos los días se aprendía algo nuevo, desarrollé diversos y variados conocimientos, los cuales ya había conocido a nivel teórico en la facultad, ahí mismo tuve muchas clases de teoría, en materias como comunicación organizacional, planeación de empresas editoriales, opinión pública y propaganda, publicidad, géneros periodísticos 1, 2 y 3, teorías de la comunicación 1, 2 y 3, geopolítica y comunicación, semiótica, taller de periodismo, organización de comunicación social, taller de corrección de originales, teoría de la imagen, éstas son algunas que puedo mencionar y que realmente en la teoría me ayudaron y que me fueron muy útiles en la práctica.

No imaginaba la magnitud del mercado laboral actual en México, afortunadamente Paralelo 21 fue una empresa que me dejó crecer y seguirme desarrollando. Con ellos conocí el mercado editorial y cómo son las oficinas de comunicación social, desafortunadamente no está muy bien para todos en general, los medios impresos van haciéndose obsoletos y poco a poco caen en el olvido, las nuevas tecnologías han tomado el mercado y han hecho a un lado a la revista impresa.

Como empresa, si no te actualizas en medios digitales y mercadotecnia digital, si no tienes una buena área de publicidad, no se te auguran muchos años más de trabajo, no sólo es el caso de *Mexicanísimo*, es el caso de muchas empresas editoriales mexicanas e inclusive de las grandes editoriales latinoamericanas y europeas. Es un mercado en el que se conocen todos sus integrantes, a cualquier evento que asistes vas a encontrar a alguien que trabaje en alguna editorial y si entablan una plática se va a concluir lo mismo: que las revistas impresas se han vuelto obsoletas y están al borde de la desaparición. Aclaro: no es el mismo caso que del periódico, ahí la información se produce diariamente y por fortuna tienen una base de sustentabilidad. Los anuncios son su base y ya tienen su cartera especializada y dirigida específicamente para que los anunciantes aparezcan en los periódicos cada día. Ahora el periódico se produce con un muy bajo costo de

impresión, no es el mismo que el necesario para una revista que se imprime mensualmente.

Sí, la gente lee más, pero lo hace digitalmente, lo que vuelve a las revistas impresas menos rentables. No nos podemos quedar estáticos y tenemos que abrir los horizontes a las nuevas tecnologías y por supuesto a la mercadotecnia digital.

Entrar a la era de publicidad digital es algo que está creando un impacto esencial en las nuevas generaciones y así llegamos a más público, es un mundo abismal el de la mercadotecnia digital, del que poco a poco vamos aprendiendo y pudiendo manejar, en esta transición de revista impresa a digital. Crea un impacto bastante fructífero, tanto para clientes, proveedores y por supuesto para el público receptor.

En la editorial todos los días aprendía algo nuevo, realmente no me quedaba estática, el puesto que ocupaba no me lo permitía. Es increíble pero todos los días salía algún problema nuevo por resolver y el tiempo pasa demasiado rápido cuando todo el día tienes algo que hacer, no te das a basto. Entre que llega una llamada, la atiendes, te preguntan algo, luego que se necesita buscar un archivo o se necesita buscar un contacto; te llega un correo o se requiere hacer un envío; un cliente te contacta por llamada telefónica o por correo electrónico; se presenta una investigación de campo o se tiene algún evento en puerta; se prepara el material para una feria de libro; sale un viaje que hay que cubrir, se atiende un boletín de prensa; se necesita personal para cubrir un evento; se da seguimiento a los clientes de casa o se preparan testigos y documentación de la revista; se realiza una técnica de venta, se presenta el medio, se hacen juntas de trabajo en equipo; se acomodan papeles para un cliente, se atienden a los suscriptores o se manda y se prepara la revista para mandarla vía Correos de México; se escogen fotos para la revista, se escribe acerca de los eventos en la web; inclusive hasta se da seguimiento a la cobranza etc. En fin, son muchas cosas las que suceden y se dan en el día a día de una oficina, no acabas del todo un asunto, cuando ya se te presentó otra situación. Es bastante amplio, pero todo tiene solución.

Aprendes a ser reportero, fotógrafo, editor, ejecutivo de ventas publicitarias, administrador, contador, colaborador, público y te pones la camiseta de la revista, la camiseta de la editorial.

Otra de las cosas que aprendí fue a amar al país, a amar lo que tenemos, lo que somos, a conocerlo y reconocerlo, a mostrarlo al público. Ser mexicano y mostrar tu país es una fortuna muy grande. Desafortunadamente, no lo conocemos, ni sabemos lo que hay en él, no conocemos a su gente, lo que hace, cómo lo hace, lo que tenemos en cultura, arte, gastronomía, fiestas y tradiciones, lo que tenemos en turismo. Esa es la labor de *Mexicanísimo* como revista dar a conocer todo eso y decir México es fregón”, no veamos hacia afuera, todo lo que necesitamos lo tenemos aquí; solitos tenemos las bases suficientes para salir adelante.

La línea editorial busca que la gente que conoce la revista sepa que México no es corrupción, no es apatía, no sólo es política, no es el poder de los partidos, no sólo es narcotráfico, no es amarillismo, sobre todo no es delincuencia, no. México no es sólo eso, México es mucho más de lo que vemos cada día en las noticias, fatalistas y amarillistas. México también es paz, es cultura, es arte, es fiesta y tradiciones; México es turismo y riquezas naturales; México es gente a la que le gusta salir adelante día con día y sobresalir aportando cosas buenas.

Mexicanísimo es una revista que siempre habla de lo bueno que posee la cultura mexicana y los logros que alcanzan los mexicanos en favor del país. Enfoque destaca y promueve lo mexicano en términos culturales.

A la editorial le interesa despertar en sus lectores un orgullo y autor reconocimiento de la cultura y los valores positivos del país. Sociedad, Cultura, economía, acciones sociales como ONG'S y fundaciones, fotografía, patrimonio, turismo, deporte, tecnología, periodismo. Son temas que siempre están presente en Mexicanísimo.

La imagen de la revista y la editorial debe de ser moderna, fresca, innovadora, que tenga muchos niveles de información pero sin caer en lo barroco o atiborrado.

Los buenos somos muchos, somos más de lo que pensamos, nos gusta ver al país triunfando, la mayoría ponemos de nuestra parte y así es *Mexicanísimo*. Muestra lo mejor de una sociedad, de un país, reconoce que hay cosas malas y que sí, se salen de nuestro alcance, pero también quiere mostrar que somos un país excepcional, lleno de cultura, lleno de riqueza por donde lo veas, reconozcamos ese país que muchos creen perdido, Eso es una enseñanza única que me dejan *Mexicanísimo* y Editorial Paralelo 21: amemos a nuestro país, reconozcámoslo.



Portada de la edición 114 de *Mexicanísimo*

Amemos y disfrutemos lo que hacemos, así no sentiremos que es trabajo, y nunca hay que cansarnos de aprender, porque siempre por más mínimo que sea, aprendes algo nuevo.

Trabajar en la editorial me deja un gran conocimiento, aprendizaje y ampliación de mis horizontes en la rama de la comunicación, pude desarrollar mis curiosidades en la rama editorial, conocí áreas muy variadas; de conocer prácticamente nada del área editorial llegué a conocerlo casi todo bueno, por lo menos lo más elemental. Cuando empecé sólo tenía conocimientos básicos y teóricos de una revista, de una editorial y con el paso del tiempo y por medio de la practica llegué a identificar a profundidad (al menos en mi empresa) lo que es, lo que trata y lo que se maneja: el pasado, el presente y lo que nos depara como empresa editorial. Aprendí a desenvolverme en distintas áreas, a hablar sin miedo, a presentar la revista, a escribir en ella, a ser la cara de la misma, a ser la primera voz que escucha el cliente y el público lector que nos llama según sea el caso. Aprendes a resolver problemas que no están planeados, que se presentan día con día, aprendes a ser crítico de tu propio trabajo y a ser proactivo, es algo que siempre en una empresa se toma en cuenta: que tengas poder de decisión, convencimiento y que digas: “Yo lo puedo hacer” o “Yo lo hago”. Es válido también decir: “No sé hacerlo, pero lo investigo”.

Aprendes también a construir relaciones en el mundo laboral, a desarrollar tus capacidades para las relaciones públicas. En mi caso ha sido en el mundo de la comunicación y de sus distintas ramas, específicamente en el mundo editorial.

Toda relación laboral y profesional es comunicación y a su vez la comunicación está presente en nuestras vidas diariamente, juega el papel más importante en un trabajo, en una editorial.



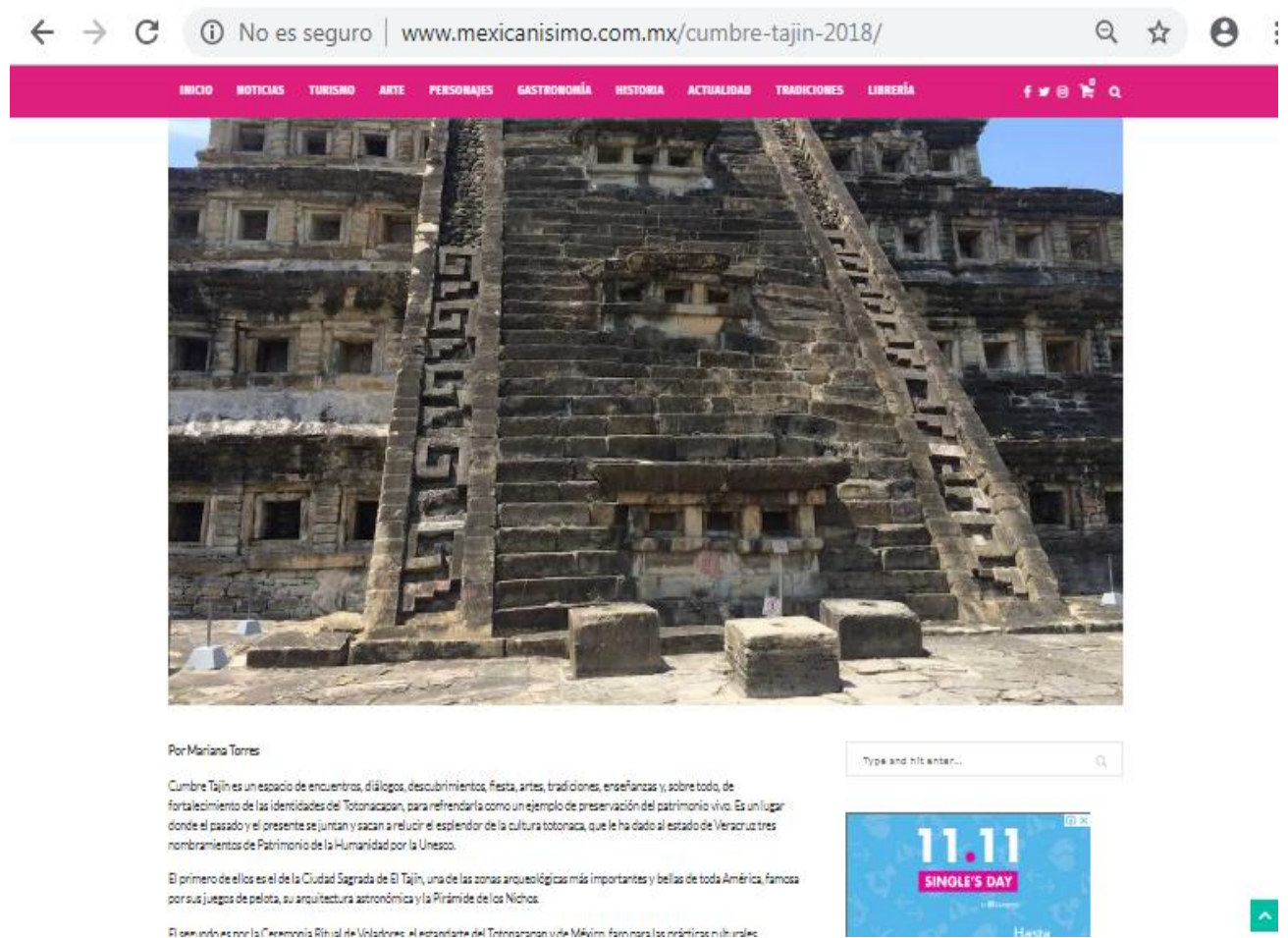
Logo de la revista.

Anexos.

Notas elaboradas en el transcurso del año 2018.


Eventos de prensa, presentaciones, expos, ferias, conferencias, etc. Mi labor es cubrir esos eventos y mantener presencia como medio de comunicación.

<http://www.mexicanisimo.com.mx/cumbre-tajin-2018/>



← → ↻ ⓘ No es seguro | www.mexicanisimo.com.mx/cumbre-tajin-2018/ 🔍 ☆ 👤 ⋮

INICIO NOTICIAS TURISMO ARTE PERSONAJES GASTRONOMÍA HISTORIA ACTUALIDAD TRADICIONES LIBRERÍA f t @ 🛒 🔍



Por Mariana Torres

Cumbre Tajin es un espacio de encuentros, diálogos, descubrimientos, fiesta, artes, tradiciones, enseñanzas y, sobre todo, de fortalecimiento de las identidades del Totonacapan, para reafirmarla como un ejemplo de preservación del patrimonio vivo. Es un lugar donde el pasado y el presente se juntan y sacan a relucir el esplendor de la cultura totonaca, que le ha dado al estado de Veracruz tres nombramientos de Patrimonio de la Humanidad por la Unesco.

El primero de ellos es el de la Ciudad Sagrada de El Tajin, una de las zonas arqueológicas más importantes y bellas de toda América, famosas por sus juegos de pelota, su arquitectura astronómica y la Pirámide de los Nichos.

El segundo es por la Ceremonia Ritual de Voladores, el espectáculo del Totonacapan y el Músculo, famoso por los más altos saltos.

11.11 SINGLE'S DAY Hasta



Foto: Mariana Torres

Zona arqueológica de El Tajín

Es la principal ciudad prehispánica de Veracruz y una de las más importantes de México. En 1992 fue reconocida como Patrimonio de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). La pirámide es un ícono de la arquitectura prehispánica mexicana.

A sus alrededores se respira, paz y tranquilidad. El verde de sus áreas es un excelente espacio para poder admirar la inmensidad del sitio arqueológico. Tiene un mirador que es visita obligada, con una vista única e inigualable.

Además de esto Cumbre Tajín cuenta con un total de 10 guías que te orientan en un recorrido lleno de

Les dejamos una muestra r'el trabajo de Tareack Rivera, un ilustrador mexicano que comparte una obsesión con nosotros: las máscaras.
mexicanisimo.com.mx/tareack-rivera...



Las ilustraciones de Tareack Rivera - ...
Tareack Rivera es un ilustrador del Esta...
mexicanisimo.com.mx

9 nov. 2018

Mexicanísimo
@mexicanisimomx
Carlos Eduardo Díaz (@AquellaVoz) nos habla del día en que dos hombres que sellaron el destino de México se encontraron por primera vez.
mexicanisimo.com.mx/el-dia-del-enc...

El día del encuentro: Mo...
El 8 de noviembre de 1519... ↗



Foto: Mariana Torres

Casas que visitamos en Cumbre Tajín

El Centro de Artes Indígenas (CAI) abrió sus 16 casas-escuela para que los asistentes pudieran aprender

Instagram

- Bvedas mgicas Santo Domingo en Oaxaca un sitio Mexicansimo mexico
- Lenguaje mexicano un inusual amor mexico mexicanisimo tepoztlan meencantamexico
- Qu sirvan las redes para ser solidarios! Comunacate con nosotros
- Pared en Tepoztlán mexico
- La voz de nuestro pasado tallada con arte en piedra
- De noche el Castillo de Chapultepec tiene un sabor distinto
- Zacatin de las Manzanas una tarde lluviosa entre
- Caminos de MXICO meencantamexico mexico
- Un suceso memorable flejado en su ropa Museo



Foto: Mariana Torres

Con el Festival Cumbre Tajín se aportan beneficios económicos, culturales y sociales que impactan positivamente a la comunidad. Es apto para todas las edades, puedes ir ya sea con tu pareja o con tu bolita de amigos, para divertirse y conocer, incluso con la familia. Todos, absolutamente todos aprendemos en Cumbre Tajín lo que Veracruz ofrece, lo que México ofrece. Conozcamos y reconozcamos nuestras culturas, raíces, fiestas y tradiciones.

del día en que dos hombres que sellaron el destino de México se eno... tra... un por primera vez. mexicanisimo.com.mx/el-dia-del-enc...



El día del encuentro: Mo...
El 8 de noviembre de 1519...
mexicanisimo.com.mx



8 nov 2018

Follow Me

Mexicanísimo Editorial
46,558 likes
mexicanisimo
Liked www.mexicanisimo.com.mx

Instagram

Bvedas Lenguaje Qu sirvan

<http://www.mexicanisimo.com.mx/hoteles-lujosos-mexico/>

ACTUALIDAD • TURISMO

Los hoteles más lujosos en México

by Gerardo Galindo | 23 enero, 2018 | 0 comment




← → ↻ No es seguro | www.mexicanisimo.com.mx/hoteles-lujosos-mexico/ 🔍 ☆ 👤 ⋮

INICIO NOTICIAS TURISMO ARTE PERSONAJES GASTRONOMÍA HISTORIA ACTUALIDAD TRADICIONES LIBRERÍA f t e p q

Localización y colaboración. En la columna de postales sobre pasados e historias, tanto a los clásicos como a los nuevos de los señores turísticos más famosos de la ciudad, como el Museo Nacional de Antropología y el Castillo de Chapultepec. Tiene 227 habitaciones y suites, se aceptan mascotas y su diseño es moderno y atractivo.

8 de noviembre de 2019, 08:00 AM
mexicanisimo.com.mx

One & Only Palmilla - The Legend Returns
Ver más fotos Compartir



One & Only Palmilla

A poco más de media hora en coche de Cabo San Lucas, el hotel One & Only Palmilla ofrece algo casi único en la zona: una playa en la que se puede nadar. Su historia se remonta a 1955, cuando el hijo del presidente Abelardo Rodríguez decidió aprovechar el terreno para poner un hotel exclusivo de 15 habitaciones, pero con los años fue expandiéndose hasta convertirse en el resort que es hoy en día. Famosos como John Wayne, Bing Crosby y el presidente estadounidense Dwight Eisenhower se han hospedado en sus instalaciones.

Comentarios

0 comentarios

0 Comments Sort by **Último**

Add a comment...

Follow Me

Mexicanisimo Edit...
10,000 likes
mexicanisim...
El Live | 18:05 de 08:00 | Share

Instagram

- Teocotín me... Quisieran las redes para ser solidarios! Comunícate con nosotros
- Lenguaje mexicano un ritual amor mexicano mexicanisimo teocotín meencantamexico
- Un suceso memorable reflejado en su ropa Museo del objeto
- De noche el Castillo de Chapultepec tiene un sabor distinto
- Caminos de M00C0 meencantamexico
- Zacatín de las Manzanas una tarde lluviosa entre los roles
- La vida de nuestro pasado tallada con arte en piedra

Información e imágenes en colaboración con la SEMARNAT. Campaña de difusión de SEMARNAT.

<http://www.mexicanisimo.com.mx/semarnat-lanza-campana-para-protoger-oceanos/>

← → ↻ No es seguro | www.mexicanisimo.com.mx/semarnat-lanza-campana-para-prot... 🔍 ☆ 👤 ⋮

INICIO NOTICIAS TURISMO ARTE PERSONAJES GASTRONOMÍA HISTORIA ACTUALIDAD TRADICIONES LIBRERÍA f t e p q

NOTICIAS

Semarnat lanza campaña para proteger océanos

by **Galileo Galileo** | 8 septiembre, 2019 | 0 comentarios



¿TE GUSTARÍA VIVIR ASÍ?

Cada año, **13 millones de toneladas** de plástico llegan a los océanos.

www.mexicanisimo.com.mx

INICIO NOTICIAS TURISMO ARTE PERSONAJES GASTRONOMÍA HISTORIA ACTUALIDAD TRADICIONES LIBRERÍA

considerado megadiverso, hábitat de especies animales y de plantas que no se encuentran en ningún otro lugar en el mundo. Hay mucho que proteger, tanto en tierra firme como en los mares, que a veces son víctimas menos reconocidas del impacto que tiene el ser humano en los ecosistemas.



Debido al **cambio climático**, **20% de los arrecifes de coral** ya está destruido.

POR NUESTROS MARES
CONOCE, PREGUNTA Y HAGAN DEBIDO

www.gob.mx/mareslimpios

MÉXICO SEMARNAT

La campaña de la Semarnat es un intento por hacer conciencia en las personas de que hay que cuidar los mares, algo que se puede lograr por medio de un cambio en los hábitos de consumo, especialmente en lo referente a los plásticos de un solo uso (botellas, vasos, platos, cubiertos, etc.). Se calcula que 12 millones de toneladas de basura terminan en los mares mexicanos cada año, según cálculos del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

Pero esto no es lo único, pues aunque los desechos de este tipo son un claro resultado de que no hacemos en cuenta de que nuestras acciones pequeñas pueden impactar negativamente en los mares, también hay cuestiones más directas que se abordan en los anuncios. Uno de ellos es el tráfico de especies marinas endémicas, por eso el organismo de gobierno también hace un llamado a que los mexicanos denuncien prácticas de saques de especies para venta o consumo ilegal. El comercio de animales y plantas ha generado un declive en poblaciones que ahora se encuentran en riesgo de extinción.


ONCE NOTICIAS 30 N...

<http://www.mexicanisimo.com.mx/sapica-feria-del-calzado-articulos-piel/>

← → ↻ ⓘ No es seguro | www.mexicanisimo.com.mx/sapica-feria-del-calzado-articulos-pi... 🔍 ☆ ⚙

INICIO NOTICIAS TURISMO ARTE PERSONAJES GASTRONOMÍA HISTORIA ACTUALIDAD TRADICIONES LIBRERÍA

f t e p q



En menos de dos semanas, León, Guanajuato, será la sede de SAPICA, Exposición de Calzado y Artículos de Piel, un evento gigantesco que tendrá lugar en el Poliforum León del 12 al 16 de marzo. SAPICA es la segunda feria más grande de su tipo en el continente y la más importante en América Latina. Tiene como objetivo reunir a representantes de esta industria en un ambiente propicio para el florecimiento de los negocios, así como tener un papel protagónico para establecer tendencias de la moda en nuestro país.

Es por ello que dentro de los 45 mil metros cuadrados de exposición, los asistentes podrán interactuar con más de 2 mil puestos de empresas de calzado y cuero, así como asistir a las conferencias ofrecidas por 800 expertos en diversos temas relacionadas con la industria. En esta, su edición número 78, SAPICA por primera vez contará con un país invitado de honor, Chile, con quien México tiene una relación comercial estrecha, la cual se incluye productos de piel y zapatos. Pero no será, ni remotamente, la única nación extranjera con presencia en la feria, pues representantes de países como Estados Unidos, Colombia, Japón, Canadá, Francia, Italia y Dinamarca, por nombrar algunos, asistirán a la exposición.

Walmart.com.mx

El pasado miércoles, los principales responsables de SAPICA organizaron un cóctel para los medios en el cual presentaron un panorama de lo que podrá esperar la gente que asista al evento. Además de los aspectos empresariales ya mencionados anteriormente, acentuaron la importancia que darán al fomento del turismo en la ciudad de León. En las ediciones anteriores, la feria estaba confinada al interior del

GASTRONOMÍA

Nuevos vinos de bodegas Protos llegan a México

by Gabriel Galardo | 8 julio, 2018 | 0 comment



nexicanismo.com.mx/.../MG_1204-0032.jpg



En mayo se celebró la presentación de la nueva oferta de vinos de las bodegas Protos, que tiene casi 100 años trabajando en la elaboración de vinos españoles de la más alta calidad. La etiqueta consiste en el sagrado premium de la marca D. O. Ribera del Duero.

La ceremonia contó con la revelación de dos nuevos vinos: Aire de Protos y Protos 27, que ya estarán disponibles para su compra en México, país que la marca considera su segunda casa.

Protos cuenta con una historia distinguida: fue fundada en 1927 por 11 vinicultores, y su origen tradicional se sigue percibiendo en el organigrama de la empresa, pues tres nietos de los fundadores forman parte del equipo administrativo, uno de ellos como Presidente de la bodega. Edmundo Bayón. Además de esto, la marca fue una de las bodegas responsables de que se le otorgara una Denominación de Origen a Ribera del Duero.

En años más recientes, sus instalaciones se han convertido en un destino turístico muy popular, especialmente desde que en 2008 construyeron una bodega nueva, diseñada por el arquitecto Richard Rogers, que cada año recibe a más de 30 mil personas.

Durante la noche de presentación, los invitados también pudieron disfrutar de vinos como el Protos Verdejo, Protos Crianza y Protos Reserva, tres bebidas de gran calidad que demuestran por qué la marca se ha ganado reconocimiento internacional, pues ya tiene presencia en más de 100 países.

Ahora pueden probar los vinos Protos ustedes mismos, ¡salud!

Con información y fotos de Bodegas Protos.

Comentarios

0 comentarios

0 Comments

Sort by Oldest

Add a comment...

Type and hit enter...

PAGA MENOS Y LLEVA MUCHO MÁS

\$2,997

Smartphone Motorola Moto G5 32GB Gris

Compra ahora

Walmart.com.mx

<http://www.mexicanismo.com.mx/ganadores-concurso-nacional-principio-a-fin-fonart/>



El día de ayer, el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart) entregó los premios a los ganadores de la 2a Edición del Concurso Nacional "De principio a fin tradiciones populares mexicanas", en el que participaron artesanos y artesanas mayores de 18 años que hicieron nacimientos y puestas de Días de Muertos, para conmemorar las fiestas de los próximos meses.

Fueron 50 artesanos, provenientes de 12 estados, quienes se llevaron reconocimientos, entre ellos el Galardón Nacional, un premio especial al mejor nacimiento, uno más para la mejor artesanía de Día de Muertos y 5 menciones honoríficas, por nombrar algunos. En total se repartieron 859 mil pesos entre los galardonados.

Fonart recibió 246 piezas para el concurso, enviadas por artesanos de 21 estados: Aguascalientes, Campeche, Chiapas, Ciudad de México, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, San Luis Potosí, Tlaxcala, Tabasco, Coahuila, Veracruz, Chihuahua y Yucatán.

El premio más destacado fue el Galardón Nacional, que consistió de 90 mil pesos y se entregó a la maestra artesana María Guillermina Chávez Ávila, proveniente de Morelia, Michoacán, por su cuadro titulado Tradición de mi abno, hecho a base de plumas de aves que pegó con cera para crear la escena de una noche de muertos. Le llevó un mes y medio elaborar la pieza.

Foto: Mariana Torres

PAGA MENOS Y LLEVA MUCHO MÁS
\$6,699
Consola Nintendo Switch Neon
Compra ahora
Walmart.com.mx

ONCE NOTICIAS 30 N...

estado de México, Guanajuato, Querétaro, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Veracruz, Puebla, Quintana Roo, San Luis Potosí, Tlaxcala, Tabasco, Coahuila, Veracruz, Chihuahua y Yucatán.

El premio más destacado fue el Galardón Nacional, que constó de 90 mil pesos y que se entregó a la maestra artesana María Guillermina Chávez Ávila, proveniente de Morelia, Michoacán, por su cuadro titulado Tradición de mi tierra, hecho a base de plumas de aves que pegó con cera para crear la escena de una noche de muertos. La llevó un mes y medio elaborar la pieza.



Jan Cristhian Mata Ferrer. Foto: Mariana Torres

Otro de los artesanos ganadores fue Jan Cristhian Mata Ferrer, quien se llevó el Premio Nacional de la Juventud. Estudiante de Arte y Patrimonio Cultural en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, el joven de 25 años, proveniente de Ecatepec, en el Estado de México, ha tenido una trayectoria destacada como artesano y ha participado en varios concursos nacionales que le han traído éxito tanto dentro como fuera del país.



Tweets por @mexicanisimo

- Mexicoisimo @mexicanisimomx Ballet Folclórico Teocalli



10 nov. 2018
- Mexicoisimo @mexicanisimomx Les dejamos una muestra del trabajo de Tereack Rivera, un ilustrador mexicano que



10 nov. 2018

Jan Cristhian Mata Ferrer. Foto: Mariana Torres

Otro de los artesanos ganadores fue Jan Cristhian Mata Ferrer, quien se llevó el Premio Nacional de la Juventud. Estudiante de Arte y Patrimonio Cultural en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, el joven de 25 años, proveniente de Ecatepec, en el Estado de México, ha tenido una trayectoria destacada como artesano y ha participado en varios concursos nacionales que le han traído éxito tanto dentro como fuera del país.

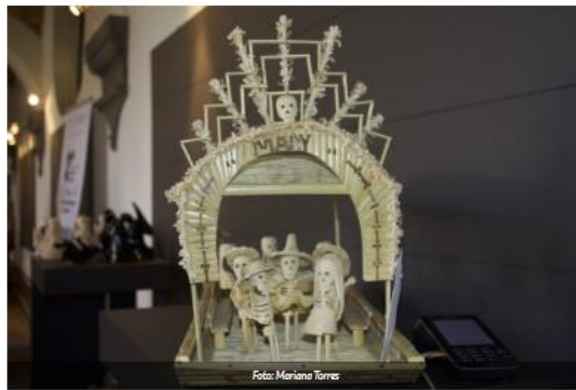


Foto: Mariana Torres

Foto: Mariana Torres

Comentarios

0 comentarios

0 Comments

Sort by Oldest



10 nov. 2018

- Mexicoisimo @mexicanisimomx Les dejamos una muestra del trabajo de Tereack Rivera, un ilustrador mexicano que comparte una pasión con nosotros. les miséres. mexicanisimo.com/martereack-rivera...



8 nov. 2018



Las ilustraciones de Tereack Rivera - Mex... Tereack Rivera es un ilustrador del Estado d... mexicanisimo.com.mx

8 nov. 2018

- Mexicoisimo @mexicanisimomx Carlos Eduardo Dibz (@AquelVoz) nos habla del día en que dos hombres que sellaron el destino de México se encontraron por primera vez. mexicanisimo.com/mexi-dia-de-enc...



8 de noviembre de 1910, pes... mexicanisimo.com.mx

8 nov. 2018

ARTESANÍA

Gran Premio Nacional de Arte Popular 2018 del Fonart

by Mexicanismo | 04 Julio, 2018 0 comments



El arte es la expresión del alma que desea ser escuchada.
J. CASARES

Por Mariana Torres

México está lleno de tesoros y uno de ellos son las artesanías. El Fonart, Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, premia el trabajo que se hace con las manos, pero también premia a todo lo que hay detrás de una artesanía, desde la idea hasta el acto de llevarla a cabo: apoya el esfuerzo de los maestros artesanos; y, sobre todo, da a conocer su magnífico trabajo, un trabajo que guardan celosamente y que convierten en una tradición.

Una de las estrategias de Fonart para fomentar la artesanía consta de organizar concursos. Estos funcionan como una fuente de inspiración para que haya renovación constante entre los artistas populares, para que continúen creando obras con diseños excepcionales que reflejan la diversidad y riqueza cultural de los lugares en donde habitan, y para promocionar las nuevas tendencias que hay en el arte popular mexicano.

La XLIII edición del Gran Premio Nacional de Arte Popular 2018 convocó a artesanos de todas las regiones del país que producen piezas de alfarería y cerámica, textiles en lana y algodón hechos en telar de cintura o pedal, bordados, trajes tradicionales, fibras vegetales duras y semiduras, metalistería, maque y laca, talla en madera, pintura popular, muebles y accesorios, vidrio, cantería y lapidaria, juguetería, instrumentos musicales, cerería, papel y cartonería, miniatura, talabartería, materiales diversos, máscaras y piezas tejidas con tintes naturales.

Para la ceremonia de premiación de este concurso, el más importante que organiza el Fonart a nivel nacional y que se celebró el día de ayer en Coyacán, se contó con la presencia del Fonca, de la Secretaría de Desarrollo Social y de Compras Social Banamex, a través del Fomento Cultural Banamex.



Type and hit enter...





Foto: Mariana Torres

Asimismo se premiarán obras que mostrarán la mayor excelencia y que nos recuerdan la responsabilidad que tenemos como mexicanos para proteger y conservar nuestras majestuosas artesanías, pues son una forma de expresión de las culturas de cada uno de los pueblos de México.

Este año hubo un registro de participación de 1,727 piezas de artesanos provenientes de 26 estados: San Luis Potosí, Tabasco, Morelos, Sonora, Michoacán, Puebla, Veracruz, Querétaro, Campeche, Zacatecas, Hidalgo, Quintana Roo, Guanajuato, Chihuahua, Yucatán, Baja California, Aguascalientes, Chiapas, Guerrero, Jalisco, Oaxaca, Colima, Tlaxcala, Durango, la Ciudad de México y el Estado de México.

Los artesanos han podido preservar técnicas, materiales y conocimientos ancestrales que forman parte de nuestro patrimonio cultural. Por medio de concursos como el Gran Premio Nacional de Arte Popular, Fonart ha propiciado el reconocimiento nacional e internacional de los artesanos mexicanos, fomentando su creatividad y promoviendo sus productos en canales y nichos de comercialización muy diversos. Realizar artesanías debe ser fuente de satisfacción y orgullo.



ONCE NOTICIAS 30 N...

Tweets por @mexicanisimo

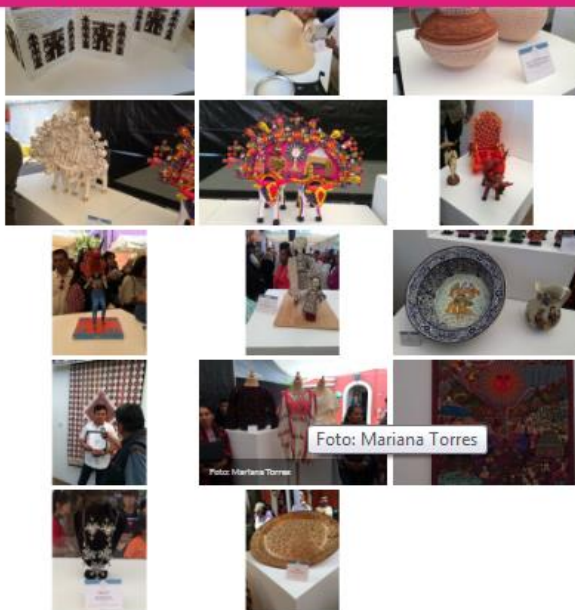


Foto: Mariana Torres

Comentarios

www.mexicanisimo.com.mx/wp-content/uploads/2018/07/IMG_4518.jpg

Las ilustraciones de Teresack Herrera - Mac...
Teresack Rivera es un ilustrador del Estado d...
mexicanisimo.com.mx

8 nov. 2018

Mexicanisimo
Carlos Eduardo Diaz (@AquelVoz) nos
habla del día en que dos hombres que
sellaron el destino de México se encontraron
por primera vez. mexicanisimo.com/mx/le-
dia-de-henc...

El día del encuentro: Mostacu...
El 5 de noviembre de 1519, oca...
mexicanisimo.com.mx

8 nov. 2018

Follow Me



Instagram

De noche el Castillo de Chapultepec tiene un sabor distinto.
Qu sirven las redes para ser solidarios! Comunícate con nosotros.
Zacatín de las Manzanas una tarde lluviosa entre los roles

<http://www.mexicanismo.com.mx/artesanos-ganadores-del-gran-premio-nacional-arte-popular-2018/>

TOP POSTS ["Otros mundos" para niños](#)

mexicanismo Mexicanos por naturaleza

INICIO NOTICIAS TURISMO ARTE PERSONAJES GASTRONOMÍA HISTORIA ACTUALIDAD TRADICIONES

ARTESANIA

Artesanos Ganadores del "Gran Premio Nacional de Arte Popular 2018"

by Mexicanismo | 17 marzo, 2018 | 0 comment

INICIO NOTICIAS TURISMO ARTE PERSONAJES GASTRONOMÍA HISTORIA ACTUALIDAD TRADICIONES LIBRERÍA

f t e q

Por Mariana Torres

La SEDESOL a través del FONART y Citibanamex, Compromiso Social, el Fomento Cultural Banamex, Fundación Alfredo Harp Helú y Fundación Roberto Hernández Ramírez convocó a artesanos mexicanos, que utilizaran técnicas, materiales y diseños tradicionales para elaborar sus obras, así como nuevas propuestas de diseños basadas en tradiciones culturales la edición 2018 del Gran Premio Nacional de Arte Popular. Estos fueron algunos ganadores, personas que sobresalen en el ámbito de las artesanías mexicanas, a los cuales tuvimos oportunidad de conocer y de entrevistar.

Type and hit enter...


11.11 SINGLE'S DAY

Hasta 40% de descuento

ONCE NOTICIAS 30 N...

← → ↻ ⓘ No es seguro | www.mexicanisimo.com.mx/artesanos-ganadores-del-gran-pre... 🔍 ☆ 🌐 ⋮

INICIO NOTICIAS TURISMO ARTE PERSONAJES GASTRONOMÍA HISTORIA ACTUALIDAD TRADICIONES LIBRERÍA f t i p q



Guadalupe Pérez Sánchez. Foto: Mariana Torres

Guadalupe Pérez Sánchez, diseño en laca.

Me llamo Guadalupe Pérez Sánchez y soy originaria de Chiapas de Corzo Chiapas.

¿Qué significan para usted las artesanías?

Las artesanías para mí significan mucho. Para los que somos artesanos, sabemos que es una dedicación al arte. Hemos muchos artesanos

señalaron el destino de México se encontraron por primera vez.mexicanisimo.com/mexi- dia-de-enc...

El día del encuentro: Moches... El 2 de noviembre de 1919, des... mexicanisimo.com.mx

8 nov. 2018

Follow Me


Mexicanísimo Editorial
46,535 likes
mexicanisim
The... 398
Liked www.mexicanisimo.com.mx Contact Us

Instagram

- Quisieran las redes para ser solidarios! Comunícate con nosotros
- Zacatín de las Manzanas una tarde lluviosa entre los rboles
- Caminos de MEXICO meencantamexico mexico
- Parad en Tepoztlán mexico
- Un suceso memorable reflejado en su ropa Museo del objeto
- La voz de nuestro pasado tallada con arte en piedra
- De noche el Castillo de Chapultepec tiene un sabor distinto
- Lenguaje mexicano un inusual amor mexicano mexicanisimo
- Biedas mgicas Santo Domingo en Oaxaca un sitio Mexicanisimo mexico

← → ↻ ⓘ No es seguro | www.mexicanisimo.com.mx/artesanos-ganadores-del-gran-pre... 🔍 ☆ 🌐 ⋮

INICIO NOTICIAS TURISMO ARTE PERSONAJES GASTRONOMÍA HISTORIA ACTUALIDAD TRADICIONES LIBRERÍA f t i p q



Josefina Gómez Segura. Foto: Mariana Torres

Josefina Gómez Segura

¿Usted qué hace?

Yo no fabrico, hay quien se encarga de hacer la tela del reboso, le deja el fleco por ahí decírnlo, el hilo largo, y yo solamente el empuñado, las labores, me tardó más o menos de dos a tres meses, porque es un trabajo muy laborioso. Es una obra de arte, que la verdad cuesta mucho, pero vale la pena. Cuando uno se dedica a un trabajo así, todo lo que se hace es por amor y por el arte. Yo creo que el arte es lo que nos hace humanos.

señalaron el destino de México se encontraron por primera vez.mexicanisimo.com/mexi- dia-de-enc...

El día del encuentro: Moches... El 2 de noviembre de 1919, des... mexicanisimo.com.mx

8 nov. 2018

Follow Me

Mexicanísimo Editorial
46,535 likes
mexicanisim
The... 398
Liked www.mexicanisimo.com.mx Contact Us

Instagram

- Quisieran las redes para ser solidarios! Comunícate con nosotros
- Zacatín de las Manzanas una tarde lluviosa entre los rboles
- Caminos de MEXICO meencantamexico mexico
- Parad en Tepoztlán mexico
- Un suceso memorable reflejado en su ropa Museo del objeto
- La voz de nuestro pasado tallada con arte en piedra
- De noche el Castillo de Chapultepec tiene un sabor distinto
- Lenguaje mexicano un inusual amor mexicano mexicanisimo
- Biedas mgicas Santo Domingo en Oaxaca un sitio Mexicanisimo mexico

Fuentes de consulta

Bibliografía

Albornoz, L. A. (2007). *"Periodismo digital. Los grandes diarios en la red"* . Madrid, España: La Crujía Ediciones.

Alfonso Nieto, F. I. (2000). *La Empresa Informativa* (Segunda Edición Actualizada ed.). Barcelona: Editorial Ariel S.A. Comunicación .

Aragonés, P. (1998). *Empresa y Medios de Comunicación*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Ardth ... [ET AL.] Sohn, A. (n.d.). *La dirección de la empresa periodística*.

Bond, F. (1979). *Introducción al Periodismo*. México: Editorial Limusa.

Drandinn, G. (2001). *La mentira en la propaganda política y en la publicidad* (Segunda ed.). Barcelona: Paidós Ibérica.

Espejo, L. F. (2011). *Mercadotecnia, Cuarta Edición*. México: Editorial: McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Guajardo, H. (1994). *Teoría de la Comunicación Social* (Quinta edición ed.). México: Editorial Gernika.

José María Casasús, L. N. (1992). *Estilo y Géneros Periodísticos*. Barcelona: Editorial Ariel .

Kloss Fernández del Castillo, G. (1998). *El papel del editor : el proceso productivo en la industria editorial : un modelo general razonado* (primera Edición. ed.). México: División de Ciencias y Artes para el Diseño.

Laura Bergés Saura, M. S. (2009). *Gestión de empresas de comunicación*. Sevilla: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones.

Margarita Gorz, P. U. (1988). "Los géneros periodísticos. *ABC del Periodismo* México: Editorial Pax México.

Price, V. (1994). *La Opinión Pública. Esfera pública y comunicación, "Conceptualización del proceso de la opinión pública"*. España: Ediciones Paidós.

Ramírez, T. (1999). *Cómo hacer un proyecto de investigación* (Nueva ed.). Caracas: Editorial Panapo.

Scanella, P. M. (1983). *El Periodismo Político en México*. México: Editorial Prisma. Páginas: 17-35.

Severiano, L. C. (2012). *Escibir una tesis. Manual de estrategias de producción* (Primera ed.). Córdoba: Editorial Comunicarte.

Siles, M. P. (2007). *Manual del editor: cómo funciona la moderna industria editorial*. Córdoba: Editorial Berenice.

Sohn, A. (1988). *La dirección de la empresa periodística*. Barcelona: Editorial Paidós.

Szalay, J. R. (1972). *Relaciones Públicas*. México: Trillas .

Revistas electrónicas.

Alix Belén Rivera, L. R. (Año 1 / Nº 2 / 2005). La Comunicación como Herramienta de Gestión Organizacional. *NEGOTIUM Ciencias Gerenciales*. Retrieved from Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal <http://www.redalyc.org/pdf/782/78212103.pdf>

Hernán, U. (1977). Sobre el periodismo de opinion y su tecnica redaccional. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*,

Schmelkes, C. S. (2011, octubre-diciembre). Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación (tesis). Nueva York y Londres. Oxford University Press. *Revista de la educación superior*, Retrieved from Manual para la presentación de anteproyectos. *Revista de la educación superior*:

http://publicaciones.anuies.mx/pdfs/revista/Revista160_S4A2ES.pdf

Mesa editorial Merca2.0 (15 septiembre 20019). PASS-ALONG. Retrieved from Revista digital Merca2.0 <https://www.merca20.com/pass-along/>

Villanueva, L. F. (24 enero-junio de 2018 No. 130). Una reconstrucción del concepto de opinión pública. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*.

Cibergrafía.

Comunicólogos. (2017, enero 17). *Comunicologos.com*. Retrieved from <https://www.comunicologos.com/teorias/modelo-de-la-propaganda/>

Comunicólogos. (2017, diciembre 19). *comunicologos.com*. Retrieved from Modelo de la Propaganda - Comunicólogos: <https://www.comunicologos.com/teorias/modelo-de-la-propaganda/>

Desing, X. (2018, enero 28). *A/sea*. Retrieved from <http://www.alsea.com.mx/>

Eco, U. (2017, diciembre 10). *El arte de la edición*. Retrieved from Scribd: <https://es.scribd.com/document/33409721/El-arte-de-la-edicion-Umberto-Eco>

Fernández, L. Á. (2018, diciembre 29). *Notimex*. Retrieved from Cibercultura y Medios de Comunicación. Trabajo de Luis Angel Fernández “La Genética de Internet”: <https://es.scribd.com/document/351721457/U6-Notimex-Cibercultura-y-Medios-de-Comunicacion-Trabajo-de-Luis-Angel-Fernandez-La-Genetica-de-Internet->

Figuerasbofill. (2013, marzo 23). *Blog de WordPress.com*. Retrieved from ¿Qué es la comunicación persuasiva?: <https://figuerasbofill.com/2013/03/23/que-es-la-comunicacion-persuasiva/>

González, J. P. (2018, enero 17). *Aliat.org.mx* . Retrieved from Red Tercer Milenio. Estructura de la organización de la empresa periodística: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Estructura_organizacion_empresa_periodistica.pdf

González, R. M. (2018, Enero 20). *Marketing XXI*. Retrieved from Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición: <http://www.marketing-xxi.com/Marketing-siglo-xxi.html>

Jauregui, M. (08 de enero de 2015). Sociedades comerciales: concepto y características. Obtenido de Aprendiendo Administración: <https://aprendiendoadministracion.com/sociedades-comerciales-concepto-y-caracteristicas/>

Karam, T. (2018, enero 22). *Razón y Palabra.org*. Retrieved from Comunicación y democracia en México: una introducción general: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/editorial.html>

Lomelí, F. H. (2017, Octubre 11). *Las oficinas de comunicación social*. Retrieved from Publicaciones.cucsh.udg: http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc/pdf/25-26_1996/57-72.pdf

Mercaba. (2018, enero 19). *Mercaba.org*. Retrieved from Publicidad y Propaganda: http://www.mercaba.org/DicTM/TM_publicidad_y_propaganda.htm

Mexicana, G. d. (2018, enero 29). *Indautor*. Retrieved from Ficha Descriptiva: <http://www.indautor.gob.mx/ficha-descriptiva.php>

Muñiz, R. (2018, enero 09). *Marketing XXI*. Retrieved from Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición : CAPÍTULO 9. La comunicación dentro del marketing: <http://www.marketing-xxi.com/el-rumor-como-herramienta-de-marketing-y-comunicacion-120.htm>

Porto, J. P. (2017, 02 diciembre). *Definicion.de*. Retrieved from DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL: <https://definicion.de/comunicacion-social/>

Rubén González Amedo, J. T. (2012, enero 09). *Wagen Motors (Sociología UB)*. Retrieved from Organigramas y sus funciones en la empresa: <http://wagenmotors-sociologia-ub.blogspot.mx/2012/01/5-organigramas-y-sus-funciones-en-la.html>

Sabino, C. (2008, Febrero 25). *Wordpress*. Retrieved from <https://metodoinvestigacion.wordpress.com/2008/02/25/el-proceso-de-investigacion-carlos-sabino/>

Tareas, E. d. (2018, enero 19). <http://www.encyclopediadetareas.net>. Retrieved from <http://www.encyclopediadetareas.net/2011/04/la-publicidad-comercial.html>

Thompson, I. (2017, diciembre 20). *promonegocios.net Portal de Mercadotecnia*. Retrieved from Definición de Propaganda: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/propaganda-definicion.html>

Página de internet Mexicanísimo

<http://www.mexicanisimo.com.mx/>

Entrevista

Ávila, L. J. (2017, diciembre 25). ¿Quién es Luis Jorge Arnau? (M. Torres, Interviewer)



Febrero 2019