



**Universidad Autónoma del Estado de Morelos
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales
Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades**

GUÍA MÍNIMA DE LA ETERNA PRIMAVERA

Tesis para obtener el grado de Maestro en Producción Editorial

Presenta

Lic. Amaury René Sánchez Colmenares

Directora de tesis

Dra. Irene Fenoglio Limón

Cuernavaca, Morelos, 15 de marzo de 2019

La Maestría en Producción Editorial (MPE) está acreditada en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt). Agradezco a Conacyt como patrocinador del proyecto realizado durante el programa de estudio de la maestría en el periodo 2017-2019.

Contenido

Introducción	4	Estrategia administrativa	38
Justificación	9	Costos	38
Antecedentes	14	Estrategia de negocio	41
Descripción del producto	16	Distribución	45
Objetivos del producto	17	Diseño	46
Objetivo general	17	Formato	46
Objetivos específicos	17	Retícula	47
Estrategia político-cultural	18	Tipografía	62
Propuesta editorial	19	Derechos de autor	68
Perfil del lector	20	Bibliografía	71
Contenido	24	Anexos	75
Productos similares en el mercado	28	Carta-cesión de derechos	76
Planeación técnico-organizativa	34	Cotización de impresión	77
Cronograma	37	Manual de estilo	78

Introducción

El catador de belleza termina por encontrarla en todas partes

MARGUERITE YOURCENAR

En su ensayo *El elogio de la sombra* (1933), el escritor Junichiro Tanizaki indaga sobre la esencia de la arquitectura japonesa. La modernidad hace tiempo que se ha instalado en Japón y la influencia del mundo occidental es cada vez más fuerte, lo que ha producido una serie de cambios en las viviendas de la isla. Inquieto, Tanizaki va buscando el origen de las incongruencias que lo incomodan en el resultado del encuentro entre dos culturas, la japonesa milenaria y la occidental. Finalmente, halla la respuesta: el corazón estético de la arquitectura japonesa es la sombra.

Si en la casa japonesa el alero del tejado sobresale tanto es debido al clima, a los materiales de construcción y a diferentes factores sin duda. A falta, por ejemplo de ladrillos, cristal y cemento para proteger las paredes contra las ráfagas laterales de lluvia, ha habido que proyectar el tejado hacia delante de manera que el japonés, que también hubiera preferido una vivienda clara a una vivienda oscura, se ha visto obligado a hacer de la necesidad virtud. Pero eso que generalmente se llama bello no es más que una sublimación de las realidades de la vida y así fue como nuestros antepasados, obligados a residir, lo quisieran o no, en viviendas oscuras, descubrieron un día lo bello en el seno de la sombra y no tardaron en utilizar la sombra para obtener efectos estéticos.

(...) En realidad, la belleza de una habitación japonesa, producida únicamente por un juego sobre el grado de opacidad de la sombra, no necesita ningún accesorio. Al occidental que lo ve le sorprende esa desnudez y cree estar tan solo ante unos muros grises y desprovistos de cualquier ornato, interpretación totalmente legítima desde su punto de vista, pero que demuestra que no ha captado en absoluto el enigma de la sombra. (Tanizaki 44-45)

Me gustaría pensar que lo que hace Tanizaki en su ensayo es una metodología literaria para hallar los puntos esenciales de una identidad local: observar, sin prejuicios, la naturaleza de un lugar y, después, hallar los elementos que la globalización ha minimizado. Tanizaki descubre que la sombra, un elemento que los occidentales han tratado de erradicar durante siglos, es en realidad la semilla de la belleza para el pensamiento estético japonés tradicional:

¿Cuál puede ser el origen de una diferencia tan radical en los gustos? Mirándolo bien, como los orientales intentamos adaptarnos a los límites que nos son impuestos, siempre nos hemos conformado con nuestra condición presente; no experimentamos, por lo tanto, ninguna repulsión hacia lo oscuro; nos resignamos a ello como a algo inevitable: que la luz es pobre, ¡pues que lo sea!, es más, nos hundimos con deleite en las tinieblas y les encontramos una belleza muy particular. (Tanizaki 71-72)

La propuesta del presente proyecto no es “ver el lado amable” de Cuernavaca, sino contribuir a los esfuerzos culturales para encontrar (o formar) su identidad. Una identidad honesta, que no esté basada en pretensiones, en necesidades ajenas para fomentar el turismo ni en los tópicos tradicionales. Habría que preguntarnos, por ejemplo, si nosotros vemos nuestra ciudad con ojos globalizados, ¿qué elementos nos avergüenzan, qué cosas queremos cambiar cuanto antes? ¿Por qué cada año son derruidas decenas de casonas antiguas?

¿Por qué el Casino de la Selva fue demolido, con sus murales y los recuerdos de muchas generaciones de habitantes de la ciudad, y es ahora un Costco?

Aunque la historia de Cuernavaca como asentamiento humano se remonta hasta los tlahuicas hace mil años (Smith 138-141), existe una interrupción importante en su devenir: durante la Revolución mexicana fue una ciudad fantasma, sólo habitada por algunos regimientos militares ocasionales. Este hecho es fundamental para comprender la ciudad actual: ninguno de sus pobladores pertenece a un linaje originario, las historias familiares, absolutamente todas, se remontan a otros lugares, y la cultura local se basa en hechos recientes. Si se me permite usar un término abstracto e impreciso, la “memoria colectiva” de la sociedad cuernavacense es muy corta. Ni siquiera hay la certeza de cómo debe decirse, si “cuernavaquense” o “cuernavacense”, y cada quien se autodenomina como puede o echa mano del “guayabo”, aunque ya casi ni guayabas hay. Y es algo que todos sus habitantes comparten pero que ha impedido la cohesión social y la aparición de una identidad definida. El nombre mismo de la ciudad es un equívoco, casi una broma pesada: el conquistador Hernán Cortés no entendía el nombre de la capital tlahuica, Cuahunáhuac¹, y la llamaba Coadnabaced, y Bernal Díaz la llamaba Coadalbacá, aunque reconoce que “comúnmente corrompimos ahora aquel vocablo, y le llamamos Cuernabava” (Díaz 136).

Durante la Revolución mexicana, la ciudad fue abandonada por la población civil entre 1916 y 1918 (Ávila 71) y sólo permanecieron en su territorio algunos destacamentos militares. Después de ser una ciudad fantasma, su dinámica social, cultural y económica, cambió por completo. Con la consolidación del Estado posrevolucionario volvió a poblarse y dejó de ser el eje político y económico

¹ La traducción más usual de Cuahunáhuac al español es “junto a los árboles”. Gutierre Tibón propone que la castellanización del nombre prehispánico pudo deberse no sólo a un juego de sonidos similares, sino al parecido del nombre de la capital tlahuica con el nombre de alguna región Española; pone el ejemplo de una localidad llamada Escuernavaca (110).

de una próspera región de haciendas azucareras para convertirse en un centro de descanso bohemio y cosmopolita, periodo inaugurado por la llegada de Plutarco Elías Calles a inicios de la década de 1930. A partir del Maximato, Cuernavaca se convirtió en una ciudad pequeña pero importante, cada vez más centrada en el turismo, una especie de satélite de descanso de la Ciudad de México.

Tras el terremoto del 19 de septiembre de 1985 y de las diversas crisis económicas de la segunda mitad del siglo **XX** (en especial la de 1994), llegó a Cuernavaca una nueva oleada de gente de la Ciudad de México y Guerrero; buscaban un lugar seguro para vivir o mayores oportunidades económicas.

¿Cuál es la identidad de Cuernavaca? ¿La de los primeros repobladores, que vinieron siendo adultos tras la revolución? ¿Sus descendientes, quienes crecieron en una muy pequeña ciudad de provincia durante la década de los cuarentas y cincuentas? ¿Los miles de capitalinos que hicieron de su casa de fin de semana su residencia permanente? ¿O los miles de guerrerenses que llegaron a establecerse en colonias populares, muchas veces ilegales, buscando mejores oportunidades económicas? El día de hoy existe una generación única en la historia reciente de Cuernavaca: los descendientes de todos los anteriores, personas que nacieron o crecieron aquí durante los noventas y la primera década de este siglo.

En 2009 ocurrió otro suceso coyuntural: la crisis de violencia desencadenada por la guerra del Gobierno Federal contra el narcotráfico. Tuvo dos consecuencias importantes: la rápida descomposición del tejido social y la crisis económica, provocada en buena medida por la caída drástica del turismo. Un lugar acostumbrado a las visitas multitudinarias se quedó vacío y sus pobladores se quedaron solos, consigo mismos.

No es difícil darse cuenta del estado en el que se encuentra la ciudad. La falta de identidad, de arraigo y de oportunidades la han sumido en la desazón. Las casonas que antaño fueran verdaderos logros arquitectónicos se caen a pedazos.

INTRODUCCIÓN

Los lugares icónicos son demolidos (por ejemplo, el Casino de la Selva o la mansión de Plutarco Elías Calles) y sustituidos por comercios o estacionamientos.

Justificación

Aunque la información sobre Cuernavaca es poco accesible, repetitiva, superficial y cliché, existen especialistas que reflexionan sobre la ciudad desde distintas disciplinas, desde el arte hasta las ciencias duras. Hasta ahora, esta información, aunque es muy valiosa, no ha alcanzado el grado de difusión que merece.

La falta de conocimiento sobre el lugar en el que se vive no sólo afecta al tejido social, sino que ocasiona accidentes. El 11 de junio de 2016, una tienda departamental colapsó porque estaba construida sobre una barranca. Hasta ese momento, muchas personas desconocían que por esa zona de la ciudad pasa una cañada. Transitaban sobre ella sin darse cuenta de que estaba ahí, oculta detrás y entre las construcciones. La barranca del Pilancón atraviesa El Vergel, a un costado del Mercado Adolfo López Mateos, pero ahora es imperceptible desde la calle, pues quedó, como muchas otras, “atrapada” detrás de las fachadas de los edificios, que incluso se ciernen sobre ella con volados sostenidos de pilotes sobre el río (“Colapsa local comercial”).

JUSTIFICACIÓN



Cauce del río debajo de la avenida Adolfo López Mateos. Foto: Zona Centro Noticias



Dos mujeres atraviesan la barranca de un extremo a otro sobre un puente en la avenida Adolfo López Mateos. Foto: Zona Centro Noticias

Este caso fue el precedente de la desgracia ocurrida el 12 de julio del 2017, cuando un automóvil en el que iban padre e hijo cayó en un socavón que se abrió en la autopista México-Cuernavaca. El accidente ocurrió por una negligencia en la planeación del Paso Exprés, pues las condiciones específicas del suelo en esa zona de Cuernavaca fueron ignoradas: ese tramo estaba construido sobre una cañada y el drenaje fue insuficiente; al crecer la corriente de agua con las lluvias, se formó el socavón y se abrió el suelo de la autopista (“Las víctimas del socavón”).

Quizás estos dos ejemplos parecen exagerados, pero es un hecho que existe un problema de ignorancia sobre el entorno: las cañadas están sobrepobladas, los afluentes naturales de agua están contaminados y las personas que viven cerca de ellos tienen que hacer su día a día sobre miasmas tóxicas (Batllori 7-11).

En Cuernavaca hay 366 mil 321 habitantes, según los datos recabados en 2015 por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). Este mismo censo indica que el 30 por ciento de esa población tiene instrucción superior, un porcentaje igual al de la Ciudad de México. Es decir, un tercio de la población de Cuernavaca es profesionista con estudios académicos o con un alto grado de especialización en su oficio.

Algunas instituciones han atraído profesionistas de alto nivel a la ciudad, por ejemplo la Universidad Autónoma del Estado de Morelos (UAEM), el Campus Chamilpa de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP), el Instituto Nacional de Electricidad y Energías Limpias (INEEL) y Caminos y Puentes Federales (CAPUFE). Las personas que laboran en estas instituciones así como sus familiares tienen interés por la cultura y están acostumbradas a la lectura por placer o como medio de actualización profesional; sin embargo, ante la falta de productos culturales de difusión de información sobre la ciudad, existen muchos aspectos que desconocen sobre el lugar en donde viven. Una buena parte de la población joven actual de la ciudad está compuesta por los descendientes de quienes fueron migrando en las distintas

etapas antes descritas y por quienes siguen llegando, por ejemplo, los estudiantes del interior del estado de Morelos que vienen a la capital a estudiar en la UAEM.

Para los habitantes de esta ciudad nacidos a partir de los ochentas, las modestas dimensiones de la urbe y la falta de oportunidades laborales, aunado a la cercanía con la Ciudad de México, han sido razones que los han impulsado a marcharse. Pero hoy existe una generación más joven que ha decidido quedarse en Cuernavaca, y es a esa generación a quien está dirigido este proyecto.

¿Cómo evitar la sensación de desarraigo en una población de orígenes tan diversos? Las expresiones de una identidad de Cuernavaca existen, están presentes en todo momento en todos sus rincones: en las soluciones arquitectónicas para construir en las barrancas, en los rótulos con que anuncian sus negocios, en los jardines que crecen desordenados en cualquier rincón, en sus albercas instaladas en colonias con problemas de abasto de agua... Las huellas de las prácticas cotidianas están en todos lados, sólo que, de tanto ser ignoradas, se han convertido en elementos invisibles. El presente proyecto tiene como objetivo visibilizar esa Cuernavaca cotidiana e invisible y mostrársela a los jóvenes, porque es tan importante como la Cuernavaca turística y la Cuernavaca histórica. La incompreensión de la ciudad ha llevado a sus habitantes a destruirla.

“Si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar” (Augé 83). ¿Pero, qué sucede cuando un espacio pierde significado para la población? ¿Qué ocurre cuando las plazas comerciales se reproducen en una ciudad, incluso devorando los lugares tradicionales e históricos, como ocurrió con Casino de la Selva (Morales 334) o la casa de Plutarco Elías Calles? Aunque las plazas comerciales también pueden

convertirse en espacios de encuentro e identidad², es evidente que la saturación de plazas comerciales en Cuernavaca es innecesaria³. La ciudad acumula plazas abandonadas, algunas que llegaron a ser puntos de encuentro muy concurridos, pero que al pasar de moda dejan de tener sentido y se convierten en lastres, en basura urbana. Así, la ciudad entera corre el riesgo de convertirse en un inmenso no lugar, porque aunque sus piedras formen estructuras milenarias, aunque sobrevivan sus árboles exóticos que atravesaron océanos para arraigarse en su nuevo suelo, aunque permanezcan los sitios que fueron escenarios de grandes eventos del relato histórico nacional, terminarán por no comunicarle nada a sus nuevos habitantes. Los lugares pueden convertirse en no lugares porque dependen del (re)conocimiento de la gente.

2 Como afirma Marco Lazzari en “The role of social networking services to shape the double virtual citizenship of young immigrants in Italy”.

3 En 2005 se inauguró Galerías Cuernavaca, una enorme plaza comercial que se convirtió en el paseo favorito de fin de semana en la ciudad gracias a las tiendas de marcas con presencia internacional y su moderna arquitectura. Sin embargo, a 500 metros, en 2017 fue inaugurado un complejo mucho más grande, Plaza Averanda, y en ese mismo año, medio kilómetro hacia el sur, se inauguró Plaza Fórum Cuernavaca; y meses más tarde, sobre la misma avenida pero a dos kilómetros, se inauguró Plaza Cedros Civac. La distancia entre estas plazas es de aproximadamente dos minutos en automóvil y las marcas y servicios que ofrecen son esencialmente los mismos.

Antecedentes

Ruina Tropical es un colectivo de artistas de la ciudad de Cuernavaca, que en 2018 se conformó como asociación civil. Mediante diversas actividades culturales sin fines de lucro busca reflexionar mediante el arte sobre los problemas y temas de relevancia de la urbe, como la crisis del agua, el abandono de las construcciones emblemáticas, la sobrepoblación de las barrancas, la contaminación, la violencia, la ignorancia de la historia local y la falta de una identidad urbana necesaria para formar una comunidad. El colectivo se enfoca en jóvenes y ha trabajado durante tres años en formar nuevos públicos. Sus actividades incluyen exposiciones de artes plásticas, conciertos de música, presentaciones de espectáculos multidisciplinarios y la creación de contenidos escritos para medios de comunicación, incluido su sitio web. Ha realizado tres grandes eventos con una asistencia promedio a cada uno de 500 personas, la mayoría de entre 16 y 35 años de edad.

Una de las metas del colectivo es reflexionar sobre la estética de la ciudad a partir de su vida cotidiana. En marzo de 2019, Ruina Tropical publicó su primer libro, *Instantáneas de ciudades nimias*. Se trata de una selección de las más de cuatro mil fotografías compartidas en Instagram con la etiqueta “#ruinatropical”, misma que se deriva de las populares etiquetas “#urbanexploration” (tres millones 628 mil 630 publicaciones) y “#urbex” (siete millones 48 mil 633 publicaciones), que se usan para marcar imágenes obtenidas al explorar los rincones poco conocidos de las ciudades, desde lugares abandonados hasta azoteas de grandes edificios.

Para seleccionar el contenido del libro *Instantáneas de ciudades nimias* se pidió mediante una convocatoria que los interesados en publicar enviaran sus

imágenes compartidas con la etiqueta “#ruinatropical”. Se realizó una selección de 150 fotografías de 40 usuarios. En las páginas de este libro, el lector pasea por una ciudad muy distinta a la de la publicidad turística y a la representación de ocio y esparcimiento que se formó de la urbe durante la segunda mitad del siglo pasado. En cambio, se construye una ciudad en la que destacan los jardines umbríos, las curiosidades arquitectónicas, las incongruencias urbanísticas y las ruinas de las decenas de mansiones de descanso que han sido abandonadas, que contrastan con la gente, los paisajes que siguen siendo hermosos a pesar de todo y las viñetas de la vida cotidiana.

Instantáneas de ciudades nimias es un libro impreso a color de distribución gratuita y fue costado mediante apoyos de empresas privadas y de gobierno. Para la producción de la *Guía mínima de la eterna primavera* se ha adoptado la misma estrategia económica (ver capítulo “Estrategia de negocio”).

Se busca que la *Guía mínima de la eterna primavera* amplíe la propuesta editorial del colectivo. Al primer libro (que reúne representaciones visuales de pobladores de la ciudad) se suma este segundo título que reúne voces y miradas en torno a temas de relevancia para la vida cotidiana en Cuernavaca. A una primera publicación esencialmente visual se le suma una que combina artículos e imágenes.

Descripción del producto

La *Guía mínima de la eterna primavera* es un libro impreso a color que aborda de manera novedosa a la ciudad de Cuernavaca. Es una guía honesta de la ciudad, que destaca aspectos de su cultura cotidiana y que retoma pasajes de la historia o lugares importantes que han sido olvidados. Se aleja de los tópicos de la historia oficial y deja de lado los temas recurrentes sobre su geografía y atractivos turísticos para destacar otros elementos de la cultura urbana. El contenido incluye artículos, fotografías de la ciudad y dos mapas, uno en el que pueden ubicarse los temas de los que se habla en el libro y otro de los derroteros del transporte público.

La información incluida es rigurosa y está sustentada en estudios académicos o en la experiencia profesional de los autores, la propuesta editorial es presentar dicha información de manera amena. Las fotografías que acompañan a los artículos muestran la ciudad desde el punto de vista de sus autores y aunque cada imagen tiene una estética particular existe una constante: el interés por retratar ciertos rasgos de la ciudad como sus incongruencias arquitectónicas y urbanísticas, las plantas que crecen en las bardas, las casas de colonias populares con acabados extravagantes o los rótulos y el arte urbano. Además, dichos fotógrafos han empleado la etiqueta #ruinatropical en redes sociales desde hace tres años.

Objetivos del producto

Objetivo general

- Ampliar el conocimiento de los jóvenes sobre el lugar que habitan mediante el trabajo de artistas e intelectuales de la ciudad.

Objetivos específicos

- Proponer una alternativa al relato identitario basado en el turismo y la Cuernavaca de los años dorados.
- Revalorar espacios, temas y zonas con mala fama u olvidados por el relato oficial.
- Promover el sentido de comunidad en una sociedad golpeada por la inseguridad y los desacuerdos políticos; acercar, mediante el conocimiento y la difusión de la información, a los distintos sectores poblacionales de la ciudad, es decir, estrechar lazos entre generaciones y sectores geográficos.

Estrategia político-cultural

La *Guía mínima de la eterna primavera* es publicada por la asociación civil Ruina Tropical, que realiza eventos culturales y genera contenidos e investigaciones sobre Cuernavaca. Los eventos y productos culturales de Ruina Tropical han logrado posicionarse en el gusto del público que consume arte en Cuernavaca y han facilitado alianzas con instituciones gubernamentales y con otros grupos de gestores culturales y artistas.

La guía se suma a las ofertas culturales de Ruina Tropical y su propuesta estética es congruente con los productos editoriales previos, mismos que el público al que han sido dirigidos ha recibido con buenos resultados. En ese sentido, la guía es una continuación y una ampliación de dichos proyectos y busca aprovechar los precedentes exitosos para ser bien recibida por el público al que va dirigida.

Todos los colaboradores de la guía han sido también colaboradores del colectivo Ruina Tropical y han sido aliados no sólo para la producción de las propuestas culturales, sino para la difusión y aceptación de las mismas por parte del público.

Propuesta editorial

Existe una ciudad metafórica que se “insinúa en el texto vivo de la ciudad planificada y visible” (De Certeau 105) y esa ciudad metafórica está definida por las prácticas, las operaciones o las “maneras de hacer” de sus habitantes. Es decir, que frente a lo que debería ser la ciudad (así como ha sido diseñada o pretende ser controlada por las autoridades) existe otra ciudad hecha del trasiego de la vida cotidiana. La *Guía mínima de la eterna primavera* aborda la Cuernavaca metafórica y la información que contiene está dirigida a sus habitantes. Existen numerosas publicaciones que hablan sobre la Cuernavaca que ha construido el discurso oficial basándose en elementos provechosos para el turismo: el Jardín Borda, el Palacio de Cortés, etc. Pero también son necesarios los productos culturales que aborden la ciudad desde un punto de vista cotidiano. La propuesta editorial se basa en la idea de que la identidad de la comunidad que habita una ciudad sólo puede construirse a partir de las expresiones y prácticas de la comunidad misma, no a partir de un relato oficial u oficioso. La *Guía mínima de la eterna primavera* reúne algunas de esas expresiones, para mostrarlas al público como una unidad discursiva coherente.

Para una ciudad que ha sido muchas veces descrita por la mirada externa es importante recuperar la percepción de sus mismos pobladores. El nombre de la urbe fue deformado por los conquistadores; su sobrenombre, “la ciudad de la eterna primavera”, se le atribuye al explorador Alexander Von Humboldt, y ha sido retratada por grandes autores como Alfonso Reyes y Malcolm Lowry. Pero, ¿qué tienen que decir sobre la ciudad sus pobladores? ¿Dónde se recopilan esas visiones desde dentro?

La *Guía mínima de la eterna primavera* es un producto cultural que ignora “el espacio geométrico de los urbanistas y los arquitectos” (De Certau 113) y que, por el contrario, privilegia la “sustancia social” (Chueca 37) que le ha dado vida y forma a Cuernavaca.

Perfil del lector

La *Guía mínima de la eterna primavera* está dirigida a un público identificado a partir de los lectores de la página de internet de Ruina Tropical y del perfil de los asistentes a los eventos culturales que el colectivo ha organizado durante los últimos tres años.

A partir del 24 de mayo de 2016 hemos publicado artículos sobre Cuernavaca en el sitio runatropical.com con una periodicidad variable. Entre 2016 y febrero de 2019 (mes en el que tuvimos nuestro último evento, el baile “Demencia Tropical” para celebrar el tercer aniversario del colectivo), la página tuvo aproximadamente 300 usuarios al mes, que leyeron una o más páginas dentro del sitio. Los artículos más leídos tuvieron entre 70 y 200 lectores al mes, aunque los menos exitosos uno o dos. Detectamos dos tipos de publicación que llamaron más la atención: los artículos relacionados con las actividades programadas del colectivo, es decir, los perfiles de los artistas que participaban en dichos eventos o las reseñas de lo que había sucedido; y los artículos de reflexión sobre temas actuales de la ciudad, por ejemplo, “Loquera morelense: Akapulke”, escrito por Diego Gama, tuvo 216 lectores (que permanecieron ocho minutos en promedio en la página, lo que sugiere que leyeron el artículo) y “Diversidad en la ruina tropical”, de Roberto Ali, con 165 lectores. En total, desde el 24 de mayo de 2016 hasta el 21 de mayo de 2019, la página ha tenido 18 mil 466 visitas. El artículo

más visitado es “De miedo y vinagre” (sobre los vinagrillos), escrito por Karime Díaz, con 578 visitas en total.

En ese periodo de tiempo, la página ha tenido diez mil 254 usuarios únicos. El 70 por ciento es de México, el seis por ciento de Estados Unidos y el cuatro por ciento de Rusia⁴. Esto responde a que a la página entran usuarios “falsos”, por ejemplo, los robots que ponen spam en los comentarios de los artículos. Dentro del país, la mayoría de las visitas provienen de Morelos (21 por ciento), de la Ciudad de México (16 por ciento), Guerrero (cuatro por ciento) y Estado de México (tres por ciento), es decir, el 44 por ciento del total de las visitas (cuatro mil 511) provienen de la región central del país, específicamente de la zona de Cuernavaca. Esto quiere decir que la página es de interés local. Cabe aclarar que estos números fueron obtenidos del motor Google Analytics y hacen referencia a usuarios únicos, es decir, que se contabilizó la cantidad de usuarios distintos y no el número de veces que entraron al sitio ni el número de enlaces que abrieron dentro del mismo sitio. Se contaron cuántas computadoras distintas accedieron al sitio sin importar si lo hicieron una o varias veces o si entraron solamente a la página principal o si accedieron después a otras. Esto significa que, en estos tres años, cuatro mil 511 once personas distintas han entrado al menos en una ocasión al sitio ruinatropical.com.

En cuanto a adquisición o medios de llegada a la página, la mayoría (59 por ciento) accede mediante redes sociales, el 10 por ciento mediante correo electrónico y el 20 por ciento de manera directa al buscar en Google. Esto significa que muy poca gente llega de manera natural al sitio y la mayor parte accede a la página luego de ver el enlace en redes sociales. El 96 por ciento de la adquisición

⁴ Cabe aclarar que en este capítulo sólo se enumeran los porcentajes o números más importantes, pues los análisis de Google Analytics incluyen segmentos como “lugar desconocido”; es decir, los conteos no son cien por ciento precisos pero sí sirven para dar una idea general bastante útil sobre el grueso de los usuarios.

de público en redes sociales corresponde a Facebook. La página de Facebook y los eventos también son relevantes para crear el perfil del público al que la *Guía mínima de la eterna primavera* está dirigida, pues haremos llegar dicho producto a los consumidores mediante campañas en esta red social y eventos especiales.

El 11 de mayo de 2017 creamos la *fan page* de Facebook. Hasta junio del 2019 tenía tres mil 400 seguidores. Todos son seguidores orgánicos, es decir, que no son consecuencia de una campaña pagada. El 55 por ciento son mujeres y el 44 por ciento hombres, y el mayor grupo de edad es de entre 25 y 34 años (27 por ciento, 918 personas), seguido por gente de entre 18 y 24 años (11 por ciento, 374 personas). En total, el grupo de edad entre los 18 y los 44 años representa el 47 por ciento de seguidores. Tres mil 145 son de México, en especial de Cuernavaca, (mil 870), Ciudad de México (614) y de Morelos (170 aproximadamente). Es decir, la mayoría son de la región central del país, especialmente de la zona de Cuernavaca. En cuanto a edad, el grupo de entre 18 y 34 años es de mil 292 personas.

A partir de esta información podemos plantear el perfil del lector al que está dirigido el producto: tiene entre 19 y 34 años, vive en la zona de Cuernavaca, asiste a nuestros eventos y está interesado en textos de temáticas culturales locales. Existe una relación directa entre nuestras estrategias en internet y nuestras propuestas culturales. Ya sea para promocionar un producto o para socializar nuestras actividades, la página de internet y las redes sociales, en específico Facebook, son herramientas con las que podemos interactuar con nuestro público, y son los medios que se emplearán para promocionar y distribuir el producto.

Hasta el momento, la campaña más exitosa en Facebook fue la correspondiente a nuestro festejo de tercer aniversario, un evento de baile sonidero al que llamamos “Demencia Tropical”. Para la promoción realizamos un cartel, cinco *e-cards* y tres videos, que fueron el elemento central. De esos tres videos, el que tuvo mayor respuesta fue el último, filmado en el mercado Adolfo López Mateos, en el que algunos locatarios y clientes bailan cumbia. Alcanzó a 40 mil 998

personas, fue reproducido 16 mil 848 veces y provocó mil 619 reacciones, comentarios y “compartidas”. Esta campaña en Facebook fue la base de promoción del evento, que representaba varios retos: se llevó a cabo en Jiutepec (un lugar en donde no habíamos hecho nada), la temática de baile sonidero no es coherente con el tipo de eventos artísticos que se organizan en Cuernavaca y tenía un costo de entrada de cien pesos. La asistencia al evento dependía por entero de la convocatoria personal de los miembros de Ruina Tropical y de la campaña en Facebook. Finalmente, contabilizamos una asistencia de aproximadamente 400 personas.

Por otro lado, nuestro evento más exitoso en términos de asistencia ha sido la exposición colectiva “Grietas” (febrero de 2016), a la que llegaron aproximadamente 500 personas. La promoción de ese evento también dependió casi por completo de Facebook y de la página de internet, donde compartimos la información sobre los artistas participantes y su obra. Después de esta exposición, realizamos un video donde se muestra el recorrido que hizo el público ese día en la plaza abandonada. Tuvo cuatro mil 542 reproducciones y un alcance de 12 mil 682 personas. Esto ayudó a ampliar el impacto del evento y a que no sólo los asistentes se enteraran de lo que habíamos organizado.

Ahora bien, en 2015, IBBY a Leer México y Banamex realizaron la “Primera encuesta nacional sobre consumo digital y lectura” entre jóvenes de doce a 29 años de edad. Me gustaría destacar algunas de sus conclusiones:

No obstante el crecimiento de los medios digitales, la lectura de libros impresos sigue teniendo un peso muy importante entre los jóvenes, pues dos terceras partes acostumbran leer libros en este formato, porcentaje que es más elevado entre universitarios, mientras que la lectura de libros en formato digital alcanza a alrededor de la mitad de los jóvenes, lo que supone que hay una convivencia de ambos formatos, aunque satisfacen necesidades diferentes.

En el caso de los medios digitales es claro que responden en mayor medida a necesidades funcionales y a la lectura de contenidos más cortos. Entre los hábitos más marcados de lectura por iniciativa propia se observa una preferencia por leer noticias, artículos o blogs, tips, reseñas y tutoriales, es decir, contenidos de formato corto que se leen en gran volumen y principalmente en digital. Por el contrario, la lectura impresa está más asociada a la educación formal y a la literatura. El consumo de contenidos literarios alcanza a por lo menos una tercera parte de los jóvenes, quienes expresan preferencias por el género de la novela en mayor medida que la poesía o el cuento.

Asimismo, el acceso a libros en formato digital es principalmente de forma gratuita a través de internet, mientras que los impresos se compran en mayor medida y principalmente nuevos. (IBBY Banamex)

El lector al que está dirigida la *Guía mínima de la eterna primavera* se encuentra dentro de los parámetros de edad de esta encuesta. Como vemos, tiene el hábito de la lectura y lee libros impresos por placer.

Contenido

La *Guía mínima de la eterna primavera* está dividida en siete secciones. Los autores de los artículos conocen a la perfección cada tema, pues forma parte de sus actividades o intereses profesionales y son reconocidos a nivel local. Sus firmas cobijan a la publicación, lo que contribuye a que pueda convertirse en un referente cultural para la comunidad. Los artículos sin firma fueron escritos por el editor del libro con la asesoría de los autores de cada sección y son compendios de información disponible al respecto y producto de otros trabajos realizados por

Ruina Tropical. Tanto los temas como los autores fueron seleccionados a partir del contenido más exitoso en el sitio *ruinatropical.com*, que sirvió de referente para definir el contenido de la *Guía mínima de la eterna primavera*.

En la sección de “Arquitectura” se habla sobre dos tipos de construcciones características de la ciudad: las casonas y las casas populares excéntricas. Fernando Lezama es arquitecto licenciado por la UAEM, fundador de Cuernavaca en Croquis, colectivo cuyo objetivo es difundir información sobre el patrimonio arquitectónico de la ciudad mediante actividades artísticas dirigidas al público no especializado. Sofía Riojas es especialista en restauración de arte, arquitecta licenciada por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Unidad Xochimilco y maestra en Conservación y Restauración por la Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía del Instituto Nacional de Antropología e Historia. Actualmente estudia el Doctorado Interinstitucional en Ciencias del Hábitat en la Autónoma de San Luis y la Autónoma de Yucatán.

El título de la segunda sección, dedicada al arte, hace referencia a la frase con que terminaban todas las invitaciones a exposiciones: “Habrá canapés y vino de honor”. Los autores abordan casos específicos de proyectos artísticos exitosos de la ciudad. Zaira Espíritu, doctora en Ciencias Antropológicas por la UAM-Iztapalapa y directora del área de Artes Visuales del Centro Morelense de las Artes, reseña los negocios que en la actualidad funcionan como escenario de la vida cultural de la ciudad. Roberto Ali, quien junto a Darío Beniher fue dueño del bar galería Simón, habla sobre la persecución que sufrieron los bares y lugares culturales por parte de los gobiernos panistas de inicios de este siglo y los esfuerzos de la comunidad de artistas locales para crear espacios de encuentro, incluso en la ilegalidad. Abraham Villaseñor y Darren Favriel Mejía abordan los rótulos publicitarios desde un punto de vista teórico y formal. Y Davo Valdés de la Campa destaca la labor del colectivo Femme Gang, un grupo de jóvenes artistas que invaden los muros de Cuernavaca con sus impresiones y pinturas.

En “Miscelánea histórica”, Diego Álvarez Icaza, licenciado en Historia por la UAEM, hace un recuento de los momentos en que Cuernavaca fue el centro de la política en México. Carlos Barreto Zamudio, doctor en Historia por la UAEM e investigador de tiempo completo, retoma a un popular grupo de bandidos, Los Plateados, un tema muy arraigado en la memoria histórica de las comunidades del interior del estado, que sin embargo ha caído en el olvido en Cuernavaca.

En “Tirando barrio” se exploran cuatro colonias populares que tienen mala fama pero también una identidad muy bien definida. Eduardo Casillas, artista gráfico, habla sobre su vida cotidiana en Altavista e incluye en su colaboración un grabado hecho especialmente para esta publicación, y Heberto González de Matos, cronista de Cuernavaca, relata su llegada a la colonia Antonio Barona.

En la sección “Dónde ir” se mencionan algunos espacios interesantes frecuentados por jóvenes de la ciudad y que tienen potencial para convertirse en puntos de encuentro populares. Por ejemplo, el misterioso tobogán de Terrazas de San Antón (ver página 100 del producto) fue seleccionado en marzo de 2019 para hacer una exposición colectiva titulada “Unidad”, en la que participó un grupo de artistas con instalaciones y performance. Alina Flores, fundadora del colectivo Celoffán, nos guía a través del Tianguis de Chamilpa, un espacio de comercio informal donde pueden comprarse todo tipo de mercancías de segunda mano.

Para “Lugares olvidados”, sección donde se presentan cinco lugares de alta relevancia histórica que han caído en el abandono, el artista Dany Hurpin, miembro fundador de la Asociación Malcolm Lowry y codirector de la editorial La Cartonera, recrea un día en la Cantina la Estrella, que en 2017 cumplió cien años de vida.

Finalmente, en “Flora y fauna” se aborda la ecología urbana. Karime Díaz y Óscar Dorado, investigadores de la UAEM y miembros del grupo académico Trópico Seco, dedicado al estudio de la biodiversidad morelense, aportan algunos detalles sobre el ecosistema de las barrancas, los animales nativos que

permanecen en sus hábitats originarios a pesar del crecimiento de la mancha urbana y los árboles que viven la ciudad. Además, Marina Ruiz, editora de Astrolabio, ofrece un mosaico de la vida cotidiana en la Barranca del Chiflón de los Caldos.

Cada tema de la guía está ilustrado con imágenes de artistas visuales que retratan aspectos de la ciudad de Cuernavaca y que han dado los primeros pasos para formar una nueva identidad urbana, ya no basada en los tópicos usuales (como las buganvillas, los edificios históricos o las albercas), sino en escenas cotidianas. Tal es el caso de los fotógrafos Gabriel Rozycki, Alexander Wurzel, Javier Ocampo, Dario Beniher, Dolores Parral, Emiliano Emeles, Karime Muñoz, Maleny Vázquez, Israel Bautista Mercado, Stephanie Alton y Yoali Munguía. Además de sus fotografías, Dany Hurpin y Darren Favriel, también colaboran con un artículo cada uno. Hay dos grabadores: María de la Rosa (que hizo un vinagrillo especialmente para esta publicación) y Eduardo Casillas, quien plasmó su experiencia como vecino de la colonia Altavista en un texto y con una obra plástica. También hay fotografías de jóvenes científicos que estudian o conviven con especies animales que normalmente no aparecen retratadas en medios de comunicación o redes sociales, como es el caso del alacrán güero (*Centruroides limpidus*) estudiado por Cristhian Zamudio Ruiz y uno de los responsables de la mayoría de las intoxicaciones por picadura de alacrán en Morelos; el cangrejito barranqueño (*Psedothelphusa dugesi*), estudiado por Diego Viveros Guardado, un animal endémico de la región de Cuernavaca; y el tlacuache domesticado fotografiado por Jessica Araujo, prueba de que esta especie es en realidad inofensiva y beneficiosa para el ecosistema urbano. Estos tres animales son un claro ejemplo de las consecuencias negativas de la desinformación. Otro caso es el del alacrán güero, cuya información es poco conocida en el estado; se cree, erróneamente, que hay gente inmune al veneno de alacrán, cuando lo que sucede en realidad es que hay muchas especies de alacrán que no son peligrosas para el humano,

y cuando un alacrán güero le pica a alguien que ya ha sido picado por alguna de las especies inocuas, no se atiende y puede incluso morir. El cangrejito barranqueño, una especie única en el mundo, es poco conocido por la población, que sigue contaminando las barrancas en las que vive.

El libro incluye dos mapas. En uno se ubican los lugares que se mencionan en los artículos de la guía. En el otro aparecen los derroteros del transporte público o “rutas” (como son conocidas coloquialmente); no fueron incluidas de la 16 a la 20 pues sólo entran a la ciudad para recorrer dos avenidas. Ambos mapas están impresos a color en una hoja bond tamaño tabloide, cada uno en una de las caras del papel, que será encartado en el producto.

Productos similares en el mercado

Se han editado numerosos títulos sobre la ciudad de Cuernavaca, obras que hablan de su historia o que la abordan como una ciudad turística. Sin embargo, son difíciles de conseguir en librerías. Actualmente, sólo dos publicaciones son fáciles de conseguir en cualquier librería del país: la guía de Lonely Planet titulada *Cuernavaca y Morelos de cerca* y el libro *Morelos, historia breve* de Alicia Hernández Chávez, editado por el Fondo de Cultura Económica. Pero estos títulos no abordan a la ciudad desde un punto de vista actual y cotidiano: el primero lo hace a partir de los intereses de visitantes externos, y el segundo, con mirada historiográfica, abordando además los temas considerados “importantes” del pasado de la región.

Existen diversas publicaciones que abordan a Cuernavaca y que de alguna manera tratan de explicarla, pero ahora están agotadas en librerías de distribución nacional y sólo se encuentran disponibles como oportunidad de segunda

mano. Estos títulos pueden dividirse en tres tipos: de historia, de turismo y literarios o artísticos. La mayoría incluye información repetitiva, que se centra en los temas tópicos y en la “historia oficial”. Hablan, entre otras cosas, de momentos como la Conquista, la Independencia, la Revolución, el Maximato; de lugares como el Palacio de Cortés, la Catedral y el Jardín Borda; o de los tacos acorazados, las albercas y los habitantes famosos de la ciudad... Temas que pueden funcionar bien para los turistas, pero que terminan formando una identidad superficial de la urbe. Existen expresiones literarias de autores importantes como *Homero en Cuernavaca* de Alfonso Reyes y *Bajo el volcán* de Malcolm Lowry, pero son miradas externas en creaciones introspectivas que poco dicen sobre la ciudad. Quizás el caso más interesante es la *Guía alquimista para desaparecer Cuernavaca*, editado por el Proyecto Diorama, que conjunta a varias voces para formar un ejemplar experimental, que combina la gráfica, la geografía y la literatura. Pero, aunque se mencionan lugares de la ciudad y se los relaciona con los textos, el libro dice poco sobre ella. En todos los títulos predomina el texto sobre la imagen y la mayoría han sido editados, encargados o auspiciados por el gobierno (estatal o municipal).

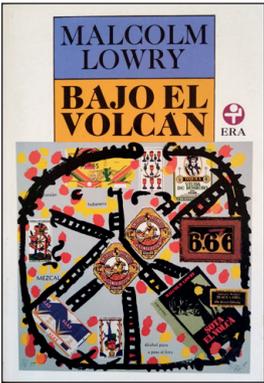
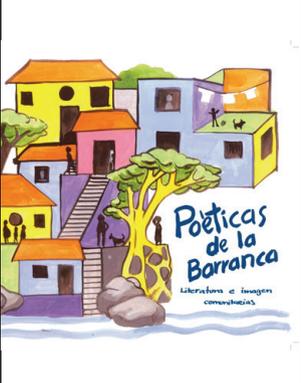
Me gustaría destacar un proyecto que ha tenido mucho impacto entre los lectores locales: *Árboles de Cuernavaca*, editado por Trópico Seco, un grupo de investigación del Centro de Investigación en Biodiversidad y Conservación (CIByC). Se trata de una guía completa, ilustrada con fotografías a color, de todos los árboles que existen en la ciudad, dónde pueden hallarse, así como su información científica. Este esfuerzo tiene un objetivo muy similar al del presente proyecto, aunque en el ámbito específico de la ecología, que puede resumirse en una frase: no puedes apreciar ni cuidar lo que no conoces. El mayor defecto de *Árboles de Cuernavaca* es que fue editado hace siete años (2012), y hoy es imposible de conseguir; esa importantísima información no está alcanzando nuevos lectores.

Una propuesta editorial muy similar al presente proyecto fue publicada en 2017 por Astrolabio Editorial. Se trata de *Poéticas de la barranca. Literatura e imagen comunitaria*, un libro que reúne textos e imágenes de pobladores de algunas barrancas de Cuernavaca. Esta obra tiene un enfoque más íntimo, pues sus autores comparten textos literarios, fotografías, pinturas y dibujos para expresar de manera artística sus experiencias cotidianas y sus consideraciones sobre el lugar que habitan. *Poéticas de la barranca* muestra la necesidad de construir medios de expresión para la población de Cuernavaca y demuestra cómo un libro puede convertirse en herramienta para reforzar el sentido de pertenencia, el diálogo y el sentido de comunidad.

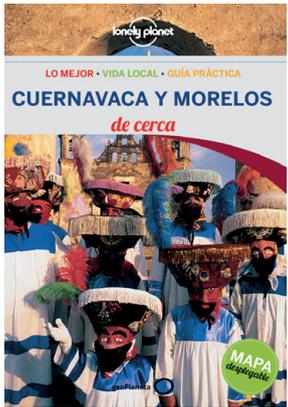
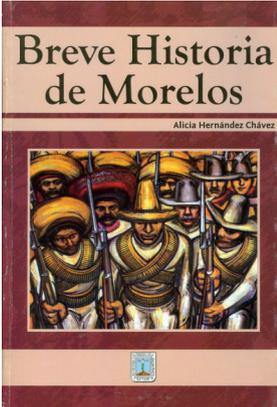
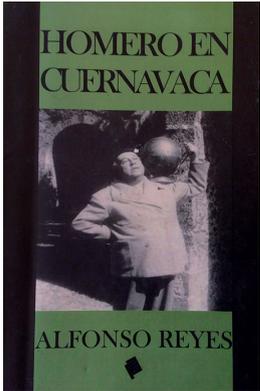
A continuación se presentan las principales características de las publicaciones antes mencionadas.

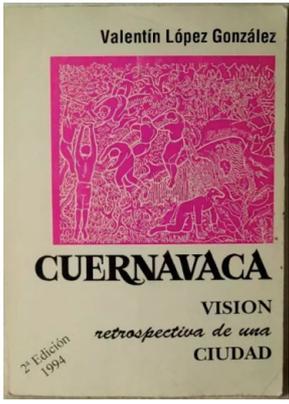
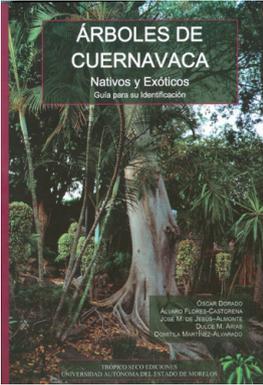
PROPUESTA EDITORIAL

TÍTULOS SIMILARES EN EL MERCADO

<p>PORTADA</p>			
<p>TÍTULO</p>	<p><i>Bajo el volcán</i></p>	<p><i>Poéticas de la barranca</i></p>	<p><i>Ruta de los conventos, Guía especial</i></p>
<p>AUTOR</p>	<p>Malcolm Lowry</p>	<p>Marina Ruiz (comp.)</p>	<p>Varios</p>
<p>EDITORIAL</p>	<p>Era</p>	<p>Astrolabio</p>	<p>México Desconocido</p>
<p>AÑO</p>	<p>2012</p>	<p>2017</p>	<p>2012</p>
<p>PRECIO</p>	<p>\$241</p>	<p>\$100</p>	<p>\$40</p>
<p>DIMENSIONES (CM)</p>	<p>13 x 19</p>	<p>21 x 26</p>	<p>20.3 x 27.3</p>
<p>ILUSTRACIONES</p>	<p>No</p>	<p>Sí</p>	<p>Sí</p>
<p>DISPONIBILIDAD</p>	<p>Distribución nacional</p>	<p>Distribución local</p>	<p>Agotado</p>
<p>PÁGINAS</p>	<p>408</p>	<p>128</p>	<p>128</p>

PROPUESTA EDITORIAL

<p>PORTADA</p>			
<p>TÍTULO</p>	<p><i>Cuernavaca y Morelos de cerca</i></p>	<p><i>Morelos, historia breve</i></p>	<p><i>Homero en Cuernavaca</i></p>
<p>AUTOR</p>	<p>Beto R. Lanz</p>	<p>Alicia Hernández Chávez</p>	<p>Alfonso Reyes</p>
<p>EDITORIAL</p>	<p>Loneley Planet</p>	<p>Fondo de Cultura Económica</p>	<p>Instituto de Cultura de Morelos</p>
<p>AÑO</p>	<p>2013</p>	<p>2002</p>	<p>2009</p>
<p>PRECIO</p>	<p>\$108</p>	<p>\$60</p>	<p>\$150</p>
<p>DIMENSIONES (CM)</p>	<p>10.5 x 15</p>	<p>16 x 23</p>	<p>14 x 20</p>
<p>ILUSTRACIONES</p>	<p>Sí</p>	<p>No</p>	<p>No</p>
<p>DISPONIBILIDAD</p>	<p>Distrbución nacional</p>	<p>Distribución nacional</p>	<p>Distribución nacional</p>
<p>PÁGINAS</p>	<p>144</p>	<p>247</p>	<p>94</p>

<p>PORTADA</p>			
<p>TÍTULO</p>	<p><i>Cuernavaca, visión retrospectiva de una ciudad</i></p>	<p><i>Árboles de Cuernavaca</i></p>	<p><i>Guía alquimista para desaparecer Cuernavaca</i></p>
<p>AUTOR</p>	<p>Valentín López González</p>	<p>Varios</p>	<p>Varios</p>
<p>EDITORIAL</p>	<p>Imprenta Tlahuica</p>	<p>Trópico Seco, UAEM</p>	<p>Proyecto Diorama</p>
<p>AÑO</p>	<p>1966</p>	<p>2012</p>	<p>2012</p>
<p>PRECIO</p>	<p>----</p>	<p>----</p>	<p>----</p>
<p>DIMENSIONES (CM)</p>	<p>14 x 21</p>	<p>16.5 x 24</p>	<p>17 x 10.5</p>
<p>ILUSTRACIONES</p>	<p>No</p>	<p>Sí</p>	<p>Sí</p>
<p>DISPONIBILIDAD</p>	<p>Agotado</p>	<p>Agotado</p>	<p>Agotado</p>
<p>PÁGINAS</p>	<p>314</p>	<p>362</p>	<p>72</p>

Planeación técnico-organizativa

Tomando en cuenta la línea estética y discursiva de *Ruina Tropical*, así como el público que asiste a sus eventos y consume sus productos culturales, se concibió la propuesta editorial de la *Guía mínima de la eterna primavera*. Se delimitaron los temas generales y las secciones que dividen el libro. Se definió el título y el concepto editorial.

Se estableció la lista de autores y se redactaron las invitaciones para participar en el proyecto. Se realizó el manual de estilo y de criterios editoriales, donde se incluyeron las características de los artículos para que los autores supieran cómo debían ser sus propuestas. Se definieron los temas que serían redactados por el editor. Se decidieron las características físicas del libro: tamaño, tipo de papel y de impresión.

Después se contactó a los autores para explicarles el proyecto e invitarlos a participar. A partir de la selección de temas generales, cada uno eligió uno en específico. Se les entregó el manual de estilo y de criterios editoriales junto con la lista de características que debía tener su colaboración. Se le dio seguimiento a las invitaciones hasta reunir la totalidad de los artículos necesarios.

Para ciertos temas se retomaron artículos publicados en la página de internet y se adaptaron. El trabajo de adaptación incluyó la revisión de la información, su actualización y la consulta con los demás autores de cada sección. Por ejemplo, en el caso de los artículos de arquitectura elaborados a partir de publicaciones previas en la página de internet, la encargada de revisar y complementar la información fue Sofía Riojas. Estos artículos fueron escritos originalmente por el equipo del colectivo y no llevan firma en el producto.

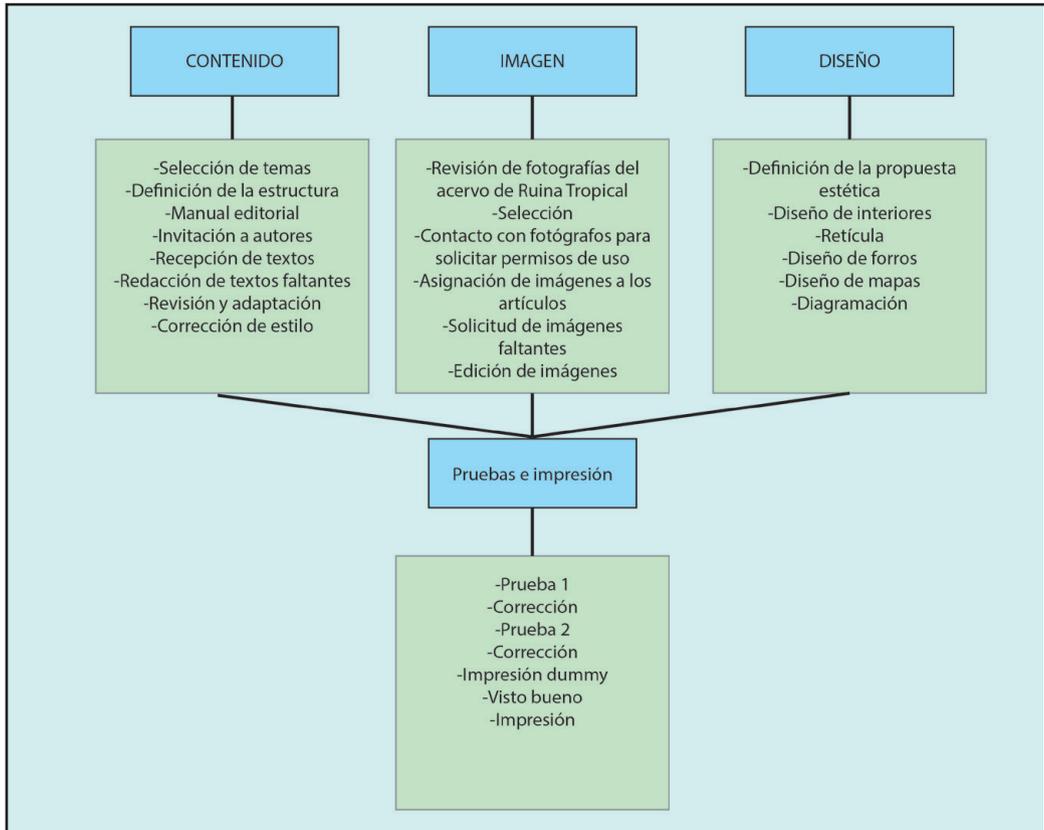
Una vez que estuvieron listos todos los contenidos escritos de la *Guía mínima de la eterna primavera*, se realizó la corrección de estilo. Varios de los artículos fueron trabajados entre el editor y los autores para lograr coherencia en el estilo, resolver problemas de redacción, complementar la información o eliminar datos demasiado específicos. A partir de la lista general de temas se realizó una preselección de imágenes del acervo fotográfico de Ruina Tropical. Cuando los artículos estuvieron listos, se hizo una selección definitiva de imágenes. Para algunos artículos fue necesario conseguir imágenes. Tal fue el caso de los artículos “Pisos volados” y “Ladrillos”, cuyas fotografías fueron tomadas por el editor. También se solicitaron fotografías del cangrejito barranqueño y del alacrán güero a científicos que trabajan con estas especies. María de la Rosa, artista que trabaja temas de la naturaleza de Cuernavaca, eligió plasmar a un vinagrillo. Y Eduardo Casillas, habitante de la colonia Altavista, realizó una obra especial para el artículo sobre su colonia. Todas las imágenes fueron editadas en esta etapa para uniformar aspectos de contraste y color.

Se definió la estética del libro para que fuera coherente con el resto de los productos culturales de Ruina Tropical y para que estuviera en consonancia con el libro *Instantáneas de ciudades nimias*. Se realizó el diseño editorial, la retícula, la selección tipográfica, la jerarquización y el diseño de forros. Una vez definidos todos los elementos visuales y tipográficos, se planearon y diseñaron los mapas. La última etapa en el área de diseño fue la maquetación y formación del libro. En un proceso paralelo al de diseño y revisión de textos, se realizó el registro de la obra ante el Indautor (ver capítulo “Derechos de autor”).

La última etapa de la producción del libro fueron las lecturas de pruebas. Se corrigieron errores de diseño, del texto y se realizó una corrección ortotipográfica. Se ajustaron las imágenes para su correcta impresión. Se realizó la primera corrección de galeras. Posteriormente se hizo una prueba de impresión y la segunda corrección de galeras.

A la par, se elaboró un plan económico que contempló los gastos fijos y variables, considerando distintas opciones de impresión. Se definió el plan económico para costear la producción de la guía. Con base en dicha estrategia, se creó un plan de difusión, mercadotecnia y distribución (ver capítulo “Estrategia administrativa”).

ESQUEMA DEL PROCESO DE PLANEACIÓN EDITORIAL



Cronograma

ACTIVIDAD	semestre 1						semestre 2						semestre 3						entrega final					
	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul
Planeación editorial	█																							
Manual editorial							█																	
Recepción de textos									█	█	█	█	█											
Adaptación de textos													█	█	█	█	█							
Corrección de estilo													█	█	█	█	█							
Selección imágenes	█									█														
Edición de imágenes							█						█	█	█									
Diseño editorial					█	█	█																	
Retícula							█																	
Formación							█						█	█	█	█	█							
Gestión de derechos													█	█	█	█	█							
Registro de obra																							█	
Dummy																							█	
Pruebas																							█	
Revisión																							█	
Pruebas finas																							█	
Visto Bueno																							█	
Preprensa																							█	
Impresión																							█	
Entrega final																							█	

Estrategia administrativa

Costos

Ficha técnica del producto

- Tamaño final: medio oficio, 17 por 21 centímetros.
- Tamaño extendido: 34 por 21 centímetros.
- Tamaño de forros: 35 por 21 centímetros, lomo de un centímetro.
- Páginas: 160.
- Papel para forros: couché de 250 gramos.
- Papel para interiores: educación de 60 gramos.
- Descripción cromática: interiores: cuatro tintas por los dos lados; forros: cuatro tintas por un lado, en blanco por el otro.
- Encuadernación: rústica cosida.
- Acabados: forros con laminado mate.

Cálculo de costos

Los costos de producción de la *Guía mínima de la eterna primavera* se dividen en dos: fijos y variables. Los primeros corresponden al contenido (visual y escrito), el diseño y la formación, la corrección de estilo y el registro ante el Indautor. Los segundos son la suma de los gastos de producción material del libro, es decir, la impresión.

Los costos fijos del producto suman ocho mil 977 pesos y consisten en corrección de estilo (cinco mil pesos), trámites de ISBN (226 pesos) y registro del

producto ante el Indautor (251 pesos), el diseño de portada (dos mil 500 pesos) y la formación (mil pesos); cabe aclarar que estos últimos trabajos tuvieron un costo muy reducido dado que fueron realizados por miembros de la asociación Ruina Tropical, lo mismo que la lectura de pruebas, misma que no representó costo alguno. Por tratarse de una publicación sin fines de lucro, se acordó con los autores (tanto de imágenes como de textos) realizar un pago en especie consistente en diez ejemplares para cada uno.

Costos fijos				
Corrección de estilo	Trámites Indautor	Diseño de forros	Formación	Total
\$5,000	\$477	\$2,500	\$1,000	\$8,977

En este caso, los costos variables son el resultado del costo de impresión y encuadernación. Se toma como referencia una cotización hecha en la imprenta Sentido y Significado el 3 junio 2019 en la que imprimir mil ejemplares tiene un precio de 63 mil 460 pesos. Este número podría reducirse seis mil 380 pesos si se optara por un encuadernado en *hot-melt*, aunque es preferible la encuadernación cosida pues es más duradera. A lo anterior hay que sumar los mapas, que son tamaño tabloide, impresos a color por ambas caras (en un lado el mapa de rutas y en el otro el mapa donde se ubican los lugares mencionados en los artículos de la guía), con un precio unitario de tres pesos si se imprime en bond mate.

Por lo tanto, el costo total de cada ejemplar, incluyendo el mapa, es de 75 pesos con 50 centavos. Este costo será solventado mediante patrocinios. Y para darle una idea a los posibles patrocinadores del valor de la *Guía mínima de la eterna primavera* se usará como argumento el cálculo del precio de venta al público con

un factor editorial cinco: si fuera un producto comercial tendría un precio unitario de 377 pesos y sería, por lo tanto, un objeto de lujo. Uno de los argumentos para conseguir patrocinios es que la empresa que contribuya a solventar los gastos de la *Guía mínima de la eterna primavera* le estará regalando a su público meta un producto caro. Es decir, ellos están contribuyendo a pagar un producto con un costo de 75 pesos con 73 centavos por ejemplar, pero le están regalando a su público un libro con un valor de 380 pesos.

Costos totales (mil ejemplares)				
Costos fijos	Mapas	Impresión	Total	Costo unitario
\$8,977	\$3,000	\$63,460	\$75,437	\$75.43

Estrategia de negocio

Dado que Ruina Tropical es una asociación civil sin fines de lucro, sus producciones culturales no deben producir ganancias. Por ello, la estrategia de negocio de la *Guía mínima de la eterna primavera* se basó en el patrocinio:

El patrocinio es el término utilizado para expresar la relación que se establece entre un patrocinador y un determinado acontecimiento, compañía o infraestructura por la cual el primero entrega una cantidad de dinero a cambio de explotar el potencial comercial asociado con la parte patrocinada. (Rich 207)

El patrocinio ofrece beneficios tanto para la organización cultural, que puede costear su producto, como para las empresas, que obtienen publicidad y prestigio. “La saturación en los medios de comunicación ha obligado a las empresas a buscar otros medios para alcanzar al consumidor. Entre éstos se encuentran el patrocinio y el marketing relacionado con causas” (Rich 208). Es decir, se trata de una relación estratégica centrada en un producto cultural y que permite “incrementar las ventas de una empresa o mejorar su posición en el mercado a través de actividades que también beneficien a una asociación no lucrativa” (Rich 209).

Las empresas buscan los siguientes beneficios al brindar un patrocinio: mejorar la imagen corporativa (37 por ciento), incrementar las ventas (22 por ciento), tener mayor notoriedad (15 por ciento), ejercer una función social (15 por ciento), ayudar una causa (cinco por ciento), ampliar el *mix* comunicacional (cuatro por ciento), llegar a un segmento específico (dos por ciento) (Rich 211). Esto es importante en una comunidad pequeña como Cuernavaca, donde las empresas son fácilmente identificadas por sus clientes o sus clientes potenciales, según los

eventos que patrocinan y según los actores culturales con quienes forman alianzas. Negocios como L'Arrosoir d'Arthur, Casa Tikal y Casa Gabilondo se han posicionado en el mercado cultural local patrocinando a distintos proyectos como los festivales Cinema Planeta y Diversidad Somos. Los empresarios locales buscan proyectos de alto impacto y Ruina Tropical ofrece buena difusión en redes sociales y presencia de la marca de sus negocios en todos los eventos relacionados con los proyectos que patrocinan. Además, la el producto también es de interés para instancias estatales como la Secretaría de Turismo y Cultura, que cuenta con un Fondo Editorial, o federales como Secretaría de Educación Pública.

Promoción y distribución

El patrocinio no sólo le da derecho a las empresas o instituciones a tener su logo en los forros. También tienen mención de sus marcas en eventos especiales como presentaciones y la oportunidad de adquirir ejemplares como regalo para sus clientes. Con los patrocinadores como aliados se plantea un acuerdo para realizar actividades conjuntas de promoción del libro. La distribución se llevará a cabo junto con los aliados, que tienen interés en que su inversión genere el mayor impacto posible.

Se procurará que los patrocinadores sean “entidades con un cliente base similar” (Rich 209), como bares, cafés, centros culturales, o instituciones como dependencias de gobierno, universidades públicas o escuelas privadas. Para las empresas, el valor de un acuerdo de patrocinio depende del número de visitantes o participantes, de la ubicación del logotipo de la empresa en el material promocional del evento, de la notoriedad del patrocinador en dicho acontecimiento, de la potencial cobertura de los medios de comunicación, de la imagen, del impacto social y del potencial comercial de las actividades y productos culturales en los que participan (Rich 212).

Todos los aspectos de valor del patrocinio se cumplen en el caso de la *Guía mínima de la eterna primavera*, ya sea con los logos en la cuarta de forros, en la publicidad de los eventos especiales o en las menciones durante las presentaciones del libro. Además, la publicación de un libro de difusión del conocimiento, con varios autores conocidos en el medio cultural local, generará interés de medios de comunicación del estado de Morelos, que replicarán el impacto social del producto y sus patrocinadores. “Cada vez más, las empresas miden el impacto del patrocinio con cifras” (Rich 214), lo que en este caso se puede medir en el tiraje del libro impreso y cuántos ejemplares son adquiridos por su público meta.

Plan de mercadotecnia

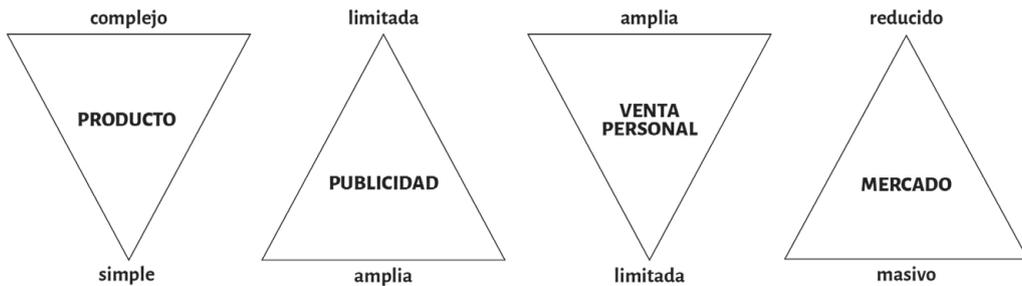
De acuerdo a la definición de Francois Colbert y Manuel Cuadrado en *Marketing de las artes y la cultura*, la publicidad es “el medio impersonal y remunerado que utiliza una empresa para comunicarse con su público objetivo” (191). Aunque tradicionalmente la publicidad se hace en medios impresos, en radio y televisión, existen otros métodos que pueden llegar a ser más eficientes para alcanzar el “público objetivo”.

“El reto del directivo es descubrir qué medios son los más adecuados. Para ello, resulta útil conocer el perfil del público alcanzado por los distintos medios que contempla la empresa” (Colbert y Cuadrado 191). En este caso, se plantea una estrategia de promoción en redes sociales, principalmente Instagram y Facebook, donde el colectivo Ruina Tropical tiene más presencia, y que son las redes sociales preferidas por el lector meta.

Para la promoción de la *Guía mínima de la eterna primavera* se empleará como base el modelo de Colbert, el cual establece la relación entre la complejidad del producto, el tamaño del mercado y las herramientas de promoción: un producto complejo necesita una publicidad limitada, con una labor de venta

personal amplia y para atender un mercado reducido; por el contrario, un producto simple se beneficiará de una publicidad más amplia, sin necesidad de atención personalizada, para un mercado masivo.

La guía es un producto complejo, pues tanto su tema como el tratamiento con el que se aborda son novedosos. Aunque su diseño busca ser llamativo, las razones para su consumo no son evidentes en un primer vistazo. Por lo tanto, requiere una publicidad focalizada apoyada con una “venta” (en este caso, distribución) personalizada, que permita brindarle al público meta un conocimiento detallado del producto (Colbert y Cuadrado 192).



Relación entre complejidad del producto, tamaño del mercado y herramientas de promoción (Colbert y Cuadrado 200).

La estrategia de distribución directa se realizará en eventos culturales de Ruina Tropical, ya sea en actividades centradas en la guía o en otros eventos de la asociación. Aunque no hay venta de producto, sí es necesaria una estrategia para que el público quiera adquirir, leer y conservar la guía y así aumentar su impacto.

Lo anterior se vería reforzado por las acciones de los aliados, ya sean de la iniciativa privada o de gobierno. Por ejemplo, la *publicity*, definida como la promoción del producto en medios de comunicación sin necesidad de pagarla, en

este caso, ruedas de prensa, conferencias, presentaciones y la cobertura en general de la prensa especializada (Colbert y Cuadrado 193). El prestigio de los aliados (empresas y gobierno) en su ámbito aumentan los alcances de este método de promoción.

Distribución

Uno de los principales retos de la industria editorial es la distribución. Normalmente, deben existir varias condiciones previas para poder colocar un producto en librerías. Después, sigue el reto de vender esas piezas: que el lector vea el libro y pague el precio. El plan de ventas de la *Guía mínima de la eterna primavera* se basa, como se expuso en el apartado anterior, en vender el tiraje al Estado y a patrocinadores. Según Colbert y Cuadrado, existen cuatro mercados para las organizaciones culturales: los intermediarios o agentes, el Estado, los consumidores y los patrocinadores (167). En este caso, los compradores o distribuidores serán el Estado o los patrocinadores. Los consumidores finales del libro son los jóvenes a los que va dirigido, pero éstos no pagarán por su ejemplar. Los patrocinios pagarán los costos de producción, distribución y promoción.

Ruina Tropical comparte público con varios negocios de la ciudad que ofrecen productos artesanales o de diseño (la tienda Celoffán o la Heladería 1800), mercancías de segunda mano (Marca) y productos culturales como obras de arte (Galería NM Contemporáneo) y espectáculos (bar L'Arrosoir d'Arthur). Por lo tanto, la *Guía mínima de la eterna primavera* cumple las características para ser atractiva para este mercado y ser distribuida en cualquiera de estos negocios.

Diseño

Formato

A partir de los resultados de la Encuesta Nacional sobre Consumo Digital y Lectura anteriormente mencionada, se decidió que el soporte de la *Guía mínima de la eterna primavera* fuera impreso, pues aunque la guía busca aportar información, su propuesta editorial la ubica dentro de las publicaciones artísticas y de ocio, el tipo de libros que el sector de la población al que se dirige prefiere impresos.

Está impresa en papel educación de 60 gramos que remite al papel usado en publicaciones masivas y populares como periódicos e historietas. Esta estética ha sido aprovechada por Ruina Tropical para otros productos y actividades culturales. Se relaciona con la moda de lo *vintage* y lo *retro*. Ha demostrado su efectividad en campañas publicitarias de la asociación, como la organizada para el evento de baile “Demencia Tropical” (febrero de 2019), cuyo cartel, diseñado por Stephanie Alton, remitía al estilo de los primeros sondieros en México. En esa misma línea, la apariencia de la guía debe remitir a las publicaciones populares ya mencionadas.

Las medida final del libro es medio oficio, es decir, 17 por 21 centímetros. Este tamaño permite que la publicación sea portátil pero de dimensiones suficientes para lograr que la caja tipográfica sea eficiente y que las imágenes sean de buen tamaño y calidad.

Retícula

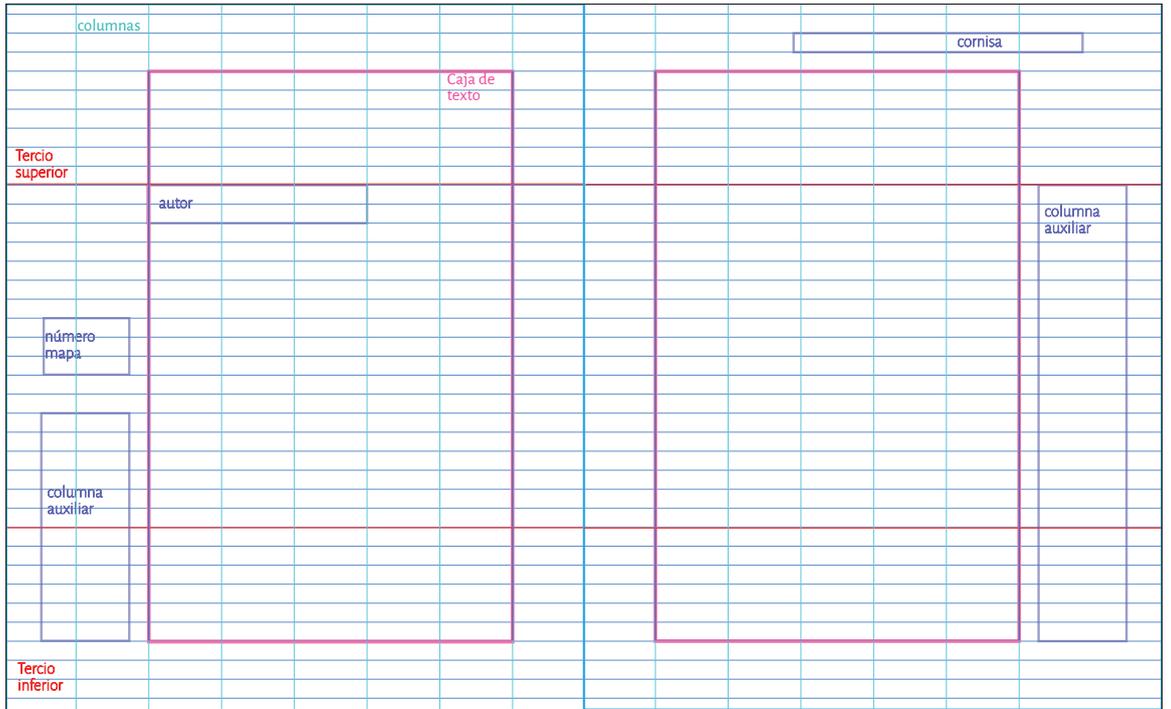
Para formar la retícula de la *Guía mínima de la eterna primavera* se dividió la página de medio oficio en ocho columnas sin medianil y se le aplicó una rejilla base para texto de 16 puntos. A partir de estos elementos se crearon los márgenes: el margen externo mide dos columnas, el interno una, y tanto el inferior como el superior miden tres renglones cada uno. Así, la caja para el texto de los artículos tiene 30 renglones de alto y cinco columnas de ancho. Después se dividió la página usando la regla de tercios, que dice que al dividir la página en tres partes horizontales y tres partes verticales, se obtienen cuatro puntos de intersección que funcionarán como puntos focales para la composición; de esta manera, es más sencillo jerarquizar la información y asignar áreas para los distintos elementos del diseño de la página. Estos puntos funcionan como guías naturales para la atención del lector (Kimberly 13). Los tercios horizontales son de 6.5 centímetros (15 p4 picas) cada uno. Las referencias reticulares verticales definen el margen de texto y las columnas auxiliares. El tercio superior de la página contiene el título de los artículos y su autor. El centro del tercio intermedio se usa como referencia para el numeral del mapa. Las columnas de los extremos contrarios al lomo se usan como referencia para las notas al margen. En cuanto a la imaginería, los módulos se usan como referencia para disponer las fotografías en la página. En los inicios de sección se emplean los tercios para asentar las imágenes, los títulos y los autores.

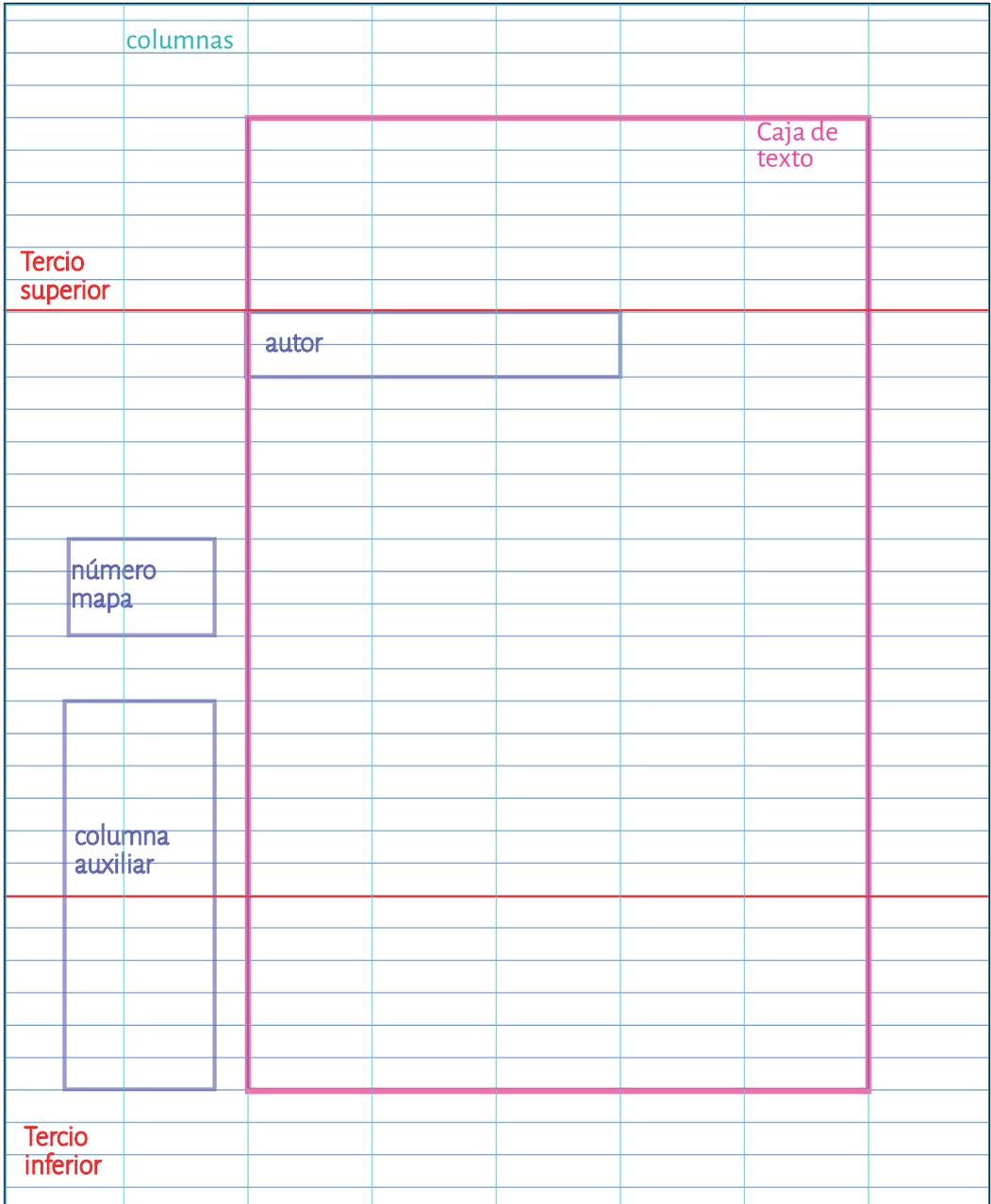
Los párrafos están alineados a la izquierda, con una configuración de separación de palabras que privilegia el espaciado óptimo aunque aumente el número de divisiones a final de línea. Se trabajó con párrafo ordinario, con sangría en primera línea de dos picas (2p0). Con estos parámetros de formación, una doble plana contiene aproximadamente tres mil 172 caracteres con espacio

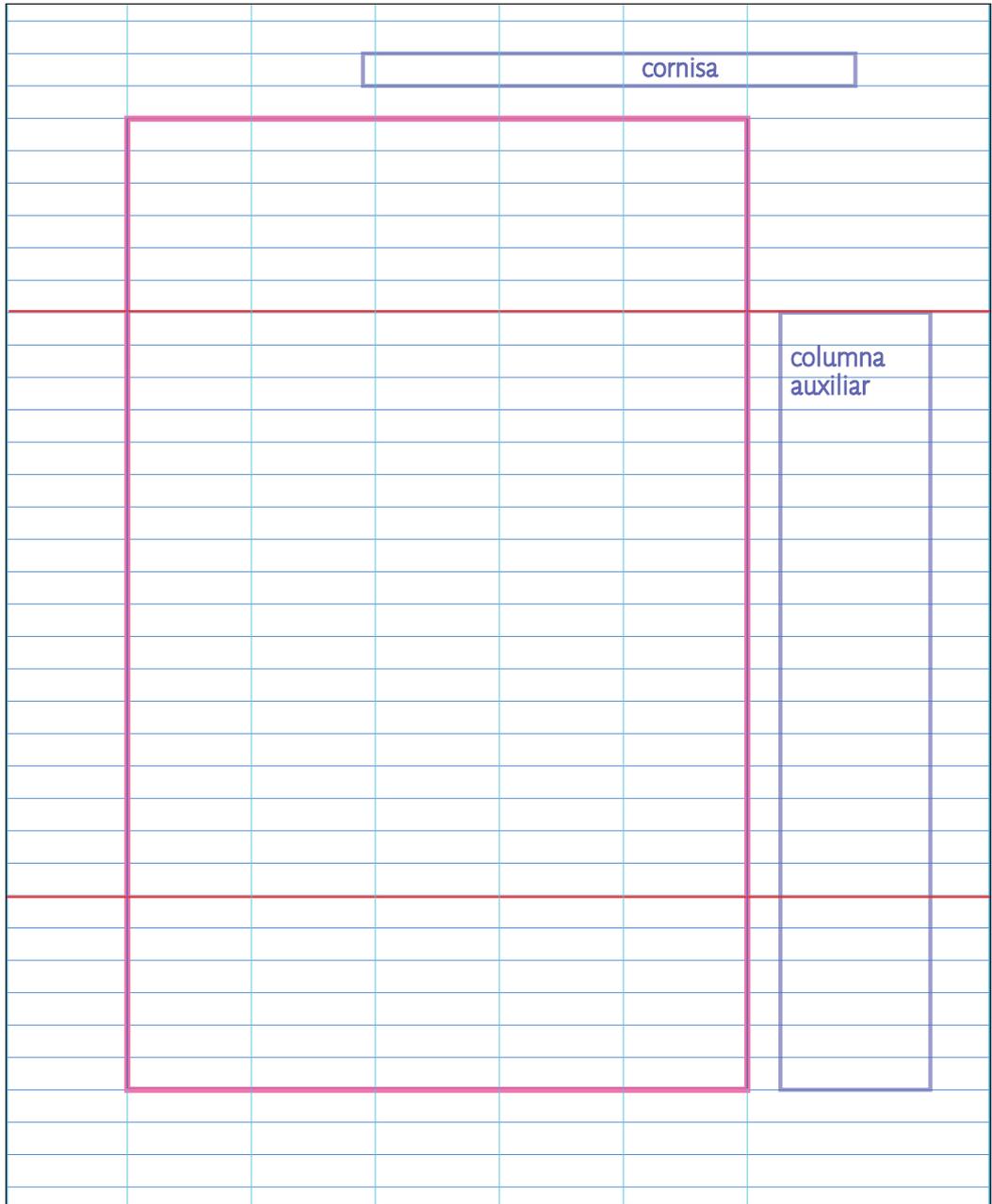
o 533 palabras. Las líneas más cortas son de 60 caracteres y las más largas de 70, lo que se ajusta a la recomendación de Robert Bringhurst que establece que el número promedio ideal de caracteres por línea es 66 (39).

La cornisa con el numeral de página, el título de la sección y el título del artículo está dispuesta en la parte superior derecha de las páginas impares. De esta manera se dejan libres las páginas pares para los títulos de artículos. También facilita la búsqueda de la información, pues el lector sabe que las referencias a los mapas están en las páginas pares y la información sobre el contenido del libro en las impares.

RETÍCULA PLANA EXTENDIDA







ARTE Y COMIDA CORRIDA

Amaury Colmenares

En una ciudad pequeña es todo un acontecimiento el estreno de una nueva fonda, sobre todo si su comida es deliciosa y de precios accesibles. No ha habido un solo día en que Las Iguanas Green's esté vacío. Siempre, desde su inauguración, ha sido un lugar vivo y abarrotado de toda clase de personajes, desde trabajadores y obreros, hasta extranjeros excéntricos.



**El autor es escritor
y codirector de
Ruina Tropical.**

Lo mismo sucedió después con Emiliano's y más tarde con la bellísima Casa Tikal, que engalanan sus muros y aderezan su comida con la obra plástica de los artistas de Cuernavaca más importantes del nuevo siglo.

Conocí a Griselda Hurtado cuando abrió su primer negocio, Las Iguanas Green's. Jamás había visto a alguien pasar tan rápido y de forma tan absoluta de los regaños y las majaderías a la cortesía pragmática y las carcajadas (incluso a mí me han tocado sus regaños y puedo decirle que siempre son enriquecedores... aterradores, sí, pero sobre todo enriquecedores). Desde entonces, no ha dejado de sorprenderme. Sé que siempre madruga para hacer las compras del mercado. Sé que participa activamente en los asuntos empresariales de la ciudad. Sé también que apoya a muchos artistas.

**Una de las piezas más
llamativas de la fonda
Iguanas Green's es el
espejo de la iguana,
pintado por el artista
contemporáneo
Cisco Jiménez.**

La verdad es que si alguien no conoce a Gris, es muy complicado transmitirle con palabras la experiencia única de platicar con

canapés y vino de honor | lugares ilegales | 43

durante años fue un importante lugar de encuentro para locales y turistas. Después comenzaron las redadas contra los clubes gay.

Pero los jóvenes se resistieron a perder sus espacios de creación y fiesta y, ante los cínicos ataques del conservadurismo, la clandestinidad se volvió el refugio de la "gente rara". Artistas, intelectuales y quienes simplemente buscaban discursos divergentes construyeron lugares acordes con sus deseos. Lugares que tuvieron que ser ilegales.

El Cuatro Gatos fue un minúsculo lugar en la calle Salazar, a unos metros de La Vecindad; una casa vieja de una sola habitación y un balcón con vista a la barranca. Suena simple, pero la atmósfera de libertad era su mejor decoración.

No había mucha decoración en el Cinco Perros, pues era un edificio colonial abandonado, pero se convirtió en uno de los lugares más populares durante el 2009.



EJEMPLO DE RETÍCULA PLANA EXTENDIDA CON CONTENIDO

canapés y vino de honor | arte y comida corrida | 55

ARTE Y COMIDA CORRIDA

Amaury Colmenares

En una ciudad pequeña es todo un acontecimiento el estreno de una nueva fonda, sobre todo si su comida es deliciosa y de precios accesibles. No ha habido un solo día en que las Iguanas Green's esté vacío. Siempre, desde su inauguración, ha sido un lugar vivo y abarrotado de toda clase de personas, desde trabajadores y obreros, hasta extranjeros excéntricos.

Lo mismo sucedió después con Emiliano's y más tarde con la bellísima Casa Tikal, que engalanan sus muros y aderezan su comida con la obra plástica de los artistas de Cuernavaca más importantes del nuevo siglo.

Conocí a Griselda Hurtado cuando abrió su primer negocio. Las Iguanas Green's. Jamás había visto a alguien pasar tan rápido y de forma tan absoluta de los regañíos y las majaderías a la cortezía pragmática y las carcajadas (incluso a mí me han tocado sus regañíos y puedo decirle que siempre son enriquecedores... aterradores, sí, pero sobre todo enriquecedores). Desde entonces, no ha dejado de sorprenderme. Sé que siempre madurga para hacer las compras del mercado. Sé que participa activamente en los asuntos empresariales de la ciudad. Sé también que apoyó a muchos artistas.

La verdad es que si alguien no conoce a Gris, es muy complicado transmitirle con palabras la experiencia única de platicar con

ella. de verla todos los días conducir sus asuntos como un general sereno ante la batalla. Nurica se le ve alterada, ni apurada. Pero siempre está resolviendo algo. Ella sola dirige tres de los negocios más bulliciosos y exitosos del centro de Cuernavaca, y propicia en la ciudad los placeres más importantes de la humanidad: la comida y el arte. ¿Cómo es que se le ocurrió comenzar a comprar obras de arte? ¿Cómo es que se le ocurrió convertir sus fondas en galerías y comenzar a rodearse de la fauna de artistas que habitan en Cuernavaca? Importa poco. Lo relevante es que ella es la dueña de la mejor colección de arte cuernavacense, que se ha expuesto ya en recintos como el Jardín Borda. Algunas de sus piezas están expuestas en sus fondas, y uno puede gozar del arte mientras se come unas enchiladas suizas. Dos pájaros de un tiro: alimento para la panza y para el alma.



El autor es escritor y codirector de Reina Tropical.

Una de las piezas más llamativas de la fonda Iguanas Green's es el espejo de la iguana pintado por el artista contemporáneo Cisco Jiménez.

canapés y vino de honor | lugares ilegales | 43

LUGARES ILEGALES

Roberto Ali

Cuernavaca, "ciudad de la eterna primavera" y Morelos, "la primavera de México", son títulos que sin duda te hacen pensar en flora, fauna, colores, lluvias nocturnas refrescantes, y un sol resplandeciente; jardines por todas partes, entusiasmo, alegría y libertad. No por nada se convirtió en un centro de ocio y descanso. Sin embargo, esa fachada de alegría ocultó durante mucho tiempo una oscura realidad: la falta de libertad.

A partir de 1995 un tema acaparó el interés de la sociedad: el secuestro. Ahí empezaron los problemas en el paraíso y desde ese entonces el miedo ha ido creciendo. Con la destitución del gobernador Jorge Carrillo Olea terminó el dominio político del Partido Revolucionario Institucional (PRI) e inició la era del Partido Acción Nacional (PAN). Durante esos años (del 2000 al 2012) también cambió mucho la vida nocturna en Cuernavaca.

A pesar de todo, Cuernavaca logró sobrevivir a la crisis de violencia y, en parte gracias a los jóvenes artistas e intelectuales de la ciudad, logró mantener algunos espacios que permanecieron en el gusto de los visitantes.

Pero las nuevas autoridades eran conservadoras y muy pronto comenzaron a perseguir a esta nueva generación que, poco a poco, iba construyendo una escena artística en la ciudad. El primer espacio que fue "limpiado" fue la Plazuela del Zacate, que durante años fue un importante lugar de encuentro para locales y turistas. Después comenzaron las redadas contra los clubes gay.

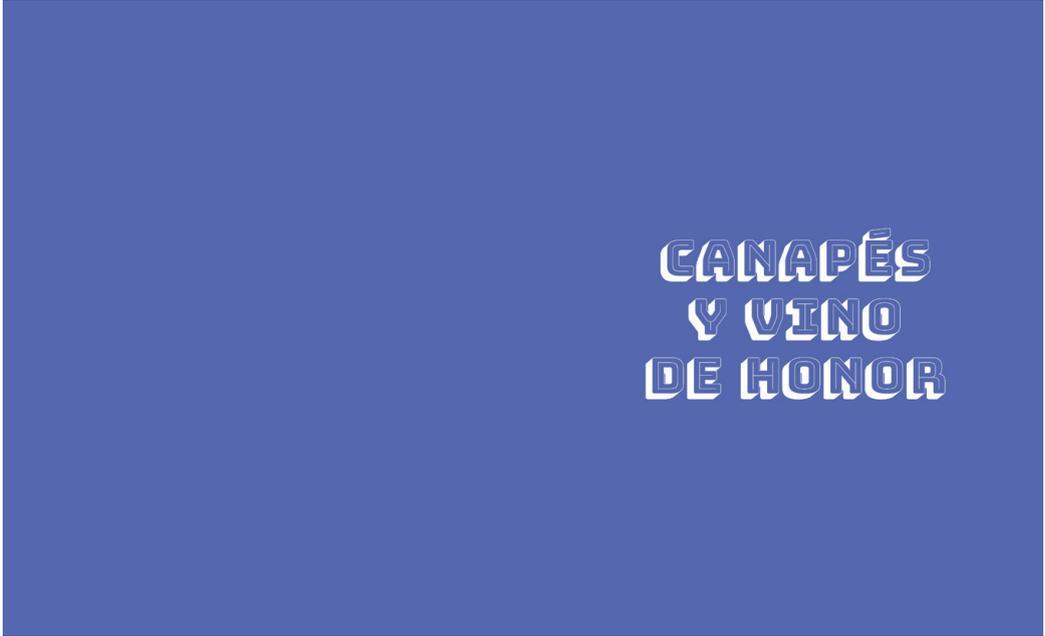
Pero los jóvenes se resistieron a perder sus espacios de creación y fiesta y, ante los cínicos ataques del conservadurismo, la clandestinidad se volvió el refugio de la "gente rara". Artistas, intelectuales y quienes simplemente buscaban discursos divergentes construyeron lugares acordes con sus deseos. Lugares que tuvieron que ser ilegales.

El Cuatro Gatos fue un minúsculo lugar en la calle Salazar, a unos metros de La Vecindad; una casa vieja de una sola habitación y un balcón con vista a la barranca. Suena simple, pero la atmósfera de libertad era su mejor decoración.

No había mucha decoración en el Cisco Ferrero, pues era un edificio colonial abandonado, pero se convirtió en uno de los lugares más populares durante el 2009.



INICIO DE SECCIÓN SEGUIDO DE PLANA COMPLETA CON FOTOGRAFÍA



EJEMPLOS DE PLANAS INTERIORES

canapés y vino de honor | prohibido anunciar | 47

PROHIBIDO ANUNCIAR

Abraham Villaseñor Ramírez

Paredes, bardas, vidrios y láminas son los soportes del maestro rotulista, su medio es el *thinner* y su herramienta predilecta la brocha, aunque muy a menudo ocupa pincel. La mayoría de los rotulistas no son ni publicistas ni artistas, son pintores urbanos que ganan a destajo enmarcando locales con letras, números e imágenes. La pintura publicitaria es un trabajo colaborativo entre el cliente y el rotulista; el primero explica lo que desea y el segundo lo interpreta en el muro. Sucede mucho que el cliente no tiene un logotipo y la obra que plasma el rotulista se transforma en uno. Este tipo de obra es mayormente anónima, a lo mucho,

El autor es licenciado en Artes Visuales por el Centro Moreense de las Artes.



Uno de los rótulos más célebres de la ciudad es el que adorna la fachada del hotel Los Pajaritos (antes Hotel los Canarios) en la calle Álvarez Obregón.

algunos trabajos tienen anotado el número de teléfono de quien lo pintó. Al transitar por varias calles del centro de Cuernavaca, aún podemos encontrar anuncios deslavados por el tiempo que fueron hechos hace décadas; palabras viejas descarapeladas en edificios abandonados. En la calle Arista, por ejemplo, tenemos

el clásico rótulo de Magical Mistery Records, y unos pasos más adelante una peletería tiene un rótulo de un viejo zapatero muy bien ejecutado. En la Carolina hay una marisquería con un delfín verde que remite a las obras de Franz Marc. Cerca del mercado de la Barona, rotulados en la fachada de una peluquería están plasmados unos rostros desfigurados con peinados de los noventa que intentan mostrar los estilos que ofrecen.

Lo mismo que en la pintura de caballete, podríamos (con ánimo lúdico) precisar los estilos del rotulismo señalando los rasgos específicos de la región, del comercio que promocionan o las dotes creativas de los ejecutantes, pues no es lo mismo un rótulo en la costa, donde son usuales el color azul y la fauna marina, que un rótulo en la sierra, donde suelen hacerlos más pequeños y parcos. Existe también el rotulista iconoclasta, que reniega de las imágenes para poner el énfasis en el mensaje escrito, y se pueden diferenciar fácilmente los rótulos ciudadanos de los pueblerinos. E, incluso, podemos notar si el maestro es píccico, vulgar o misógino, o si su estilo es abstracto, minimalista o expresionista.



canapés y vino de honor | espacios de encuentro | 37

ESPACIOS DE ENCUENTRO

Zaira Espíritu

El escritor Alfonso Reyes escribió en 1956 que este era el lugar en el que los últimos individualistas se escondían, se aislaban. Por décadas la capital de Morelos fue concebida como un sitio ensimismado, morada para extranjeros retirados, refugio de los capitalinos, espacio de inspiración y encierro creativo para artistas renombrados.

Cuernavaca, territorio al que muchos decidieron fugarse, responde en su estructura a ese deseo de permanecer o mantener algo oculto; por eso en la ciudad abundan espectaculares y bellos jardines resguardados por altos muros, enigmáticos patios interiores que pueden espionarse a través de un portón mal cerrado, construcciones antiguas que revelan una gran sorpresa detrás de pequeñas puertas que pocas veces se abren.

En toda la urbe, pero en particular en el centro, existen espacios de este tipo, que durante largo tiempo permanecieron ocultos hasta que, como consecuencia de las transformaciones de la ciudad a finales de los años ochenta y durante los noventa, poco a poco fueron remodelados para convertirse en cafés, restaurantes, bares, galerías, centros culturales y foros cuya oferta artística suscita encuentros e intercambios creativos.

Después de 1985 Cuernavaca cambió significativamente: nuevos habitantes migraron a la ciudad, llegó un importante

número de investigadores y artistas para quienes Cuernavaca dejó de ser un lugar de vacaciones para convertirse en un hogar. En este nuevo contexto creció la necesidad de tener contacto con los demás, de hacer comunidad, crear vínculos, generar proyectos desde y para la ciudad.

En este proceso de intercambio colectivo jugaron un papel importante los espacios multifuncionales (culturales) de encuentro, en donde no sólo se va a beber y divertirse, sino a crear lazos afectivos, laborales y de colaboración. Estos sitios son adaptados como foros para realizar actividades artísticas, al tiempo que se configuran como espacios de reunión para organizar otras propuestas culturales e incluso académicas. Son negocios cuyos dueños o encargados en muchos casos están vinculados con la escena artística y cultural de Cuernavaca, razón por la cual la decoración de los establecimientos, sus actividades, su selección musical e incluso el menú guardan estrecha relación con los gustos y necesidades de la comunidad.



La autora es Doctora en Ciencias Antropológicas por la UAM Iztapalapa con especialidad en Artes y Antropología. Además, es directora del área de Artes Visuales del Centro Moreense de las Artes.



En la imagen, una escena típica del Simón-jóvenes departiendo animadamente en torno a una profunda exposición de arte.

ALTAVISTA

Eduardo Casillas

La colonia Altavista es el lugar donde vivo y trabajo desde hace 20 años. El reto de vivir aquí no se reduce solamente a la violencia, fama bien conocida entre los habitantes de Cuernavaca. Aunque durante algún tiempo la violencia fue un tema central en mi obra, ahora considero estos hechos dolorosos sólo son una dimensión más, y no la principal, de mi vecindario.

11
El autor es un reconocido artista plástico y un orgulloso habitante de una de las colonias más peligrosas.

Confieso que, en más de una ocasión, durante las noches, mientras me encontraba en contacto con lienzos, aceites y pigmentos en el taller, fui interrumpido con sobresaltos por disparos que se escuchaban a distancias largas y cortas. Ese estruendo fue capaz de ensordecerme bastante tiempo; es lógico, en el vecindario tiene mayor notoriedad, por simple contraste, el escándalo, y se sabe y se habla más de ello que de situaciones en las cuales se logra algún servicio para el bien común. La tendencia general es hablar sólo de aquello que nos perturba; el mal en el vecindario siempre será el tema de conversación.

Si bien es cierto que la zona de Altavista puede resultar bastante amenazadora, tras el tiempo que he vivido aquí no puedo decir que solamente he espiado cadáveres enfriándose a la luz de la luna en plena calle, o riachuelos de sangre coagulándose al rayo del sol en su pausado fluir sobre el pavimento frente a la muda imagen en yeso de una virgen; sí, he conocido el abuso de la autoridad contra los más vulnerables, también el abandono, la disonante ebriedad e inconsciencia con tufo a goma industrial, la

ira de algún trabajador que regresa de "partirse la humanidad" en alguna fábrica y que en su camino a casa sólo puede sentirse poderoso al patear a un perro callejero...

Pero también he sido testigo de la compasión de alguien cuyo único patrimonio está literalmente hecho de palos y cartones, que alimenta diariamente a manadas de animales que son de todos y de nadie; de la dedicación del vecino que desmoleza periódicamente la banqueta a lo largo de varias calles de manera desinteresada sólo por el afán constante de mejorar el lugar donde vivimos.

Me ha conmovido la lucha diaria por vivir de personas lisiadas por la falta de extremidades, que se levantan hasta en las mañanas más frías con la necesidad y fortaleza para buscar entre el desperdicio público algún aluminio de valor. He podido admirar a ancianos de más de ochenta años que aún son capaces de sudar esfuerzo, paso a paso, al cargar, cuidadosamente, cajas de huevo por las empinadas y empedradas subidas y bajadas que el único propósito de apoyar a su gente con las ganancias de su vendimia.

He podido admirar a muchas otras personas que, en todo el posible espectro de rangos de honestidad y destreza, preservan las más variadas profesiones: zapateros, carpinteros, plomeros, albañiles, panaderos, herreros, incluso hay varios pintores, rotulistas y alguno que otro grabador por aquí que no se ha enterado de lo anacrónico e inútil de su oficio.

He mirado en repetidas ocasiones cómo, del candor y las alegrías infantiles, nacen nuevas aspiraciones de buscar estudios (quizás para poder mudarse de rumbo) y cómo, eventualmente, estos anhelos se alteran en magnética y pulsante sexualidad manifiesta. Luego de un tiempo, he oído que esta incontrolable

sed de probar, de conocer, llega a reformularse en maternidad santiguada dentro de nuevas familias, siempre crecientes, que se arraigan agrupándose en torno de sí mismas para protegerse y compartir "lo que nos toque", siempre sin merecer nada.

Se escuchan superponerse, en abundancia, llantos de bebés junto a pregones que repercuten entre los muros sin aplinado exterior y hacen eco difundiéndose entre acantilados: "¡SE COMPRAN COLCHONES, REFRIGERADORES, LAVADORAS! ¡ASADURA CALIENTITA SEÑORAAA! ¡FIERRO VIEJOOO!"

También hay llantas de motonetas a crédito acariciando el asfalto; los jinetes se pavonean frente a la coqueta mirada de colegialas en cinta que, provocadoras, mojan sus labios mientras respiran el humo de un camión al ritmo de alguna música tropical y del estimulante olor a fruta madura de Mi Mercado.

Altavista se ubica en una región periférica de la creciente mancha urbana de Cuernavaca, justo donde la planicie empieza a elevarse entre barrancas de arena. Algunos de sus declives aún cuentan con agua corriente que arrastrar, llevándose lejos nuestras risas y lágrimas, danzando entre chozas que se adivinan parcialmente entre la vegetación, con tonos verdes o dorados según la estación.

Mi lugar de residencia ofrece muchas posibilidades, es una zona popular tan llena de riquezas y contrastes que los sentidos se ofuscan: la vista, el olfato, el tacto, el gusto y hasta aquellos que aún no identificamos con nuestros órganos. Lo que sé es que la vista desde aquí es ciertamente alta, tanto que la mirada puede fijarse ya sea en el abismo, la miseria material o moral, simpatizar con el rostro familiar que tenemos enfrente o volar desapegada hasta más allá de los míticos volcanes en profunda admiración y éxtasis estético.

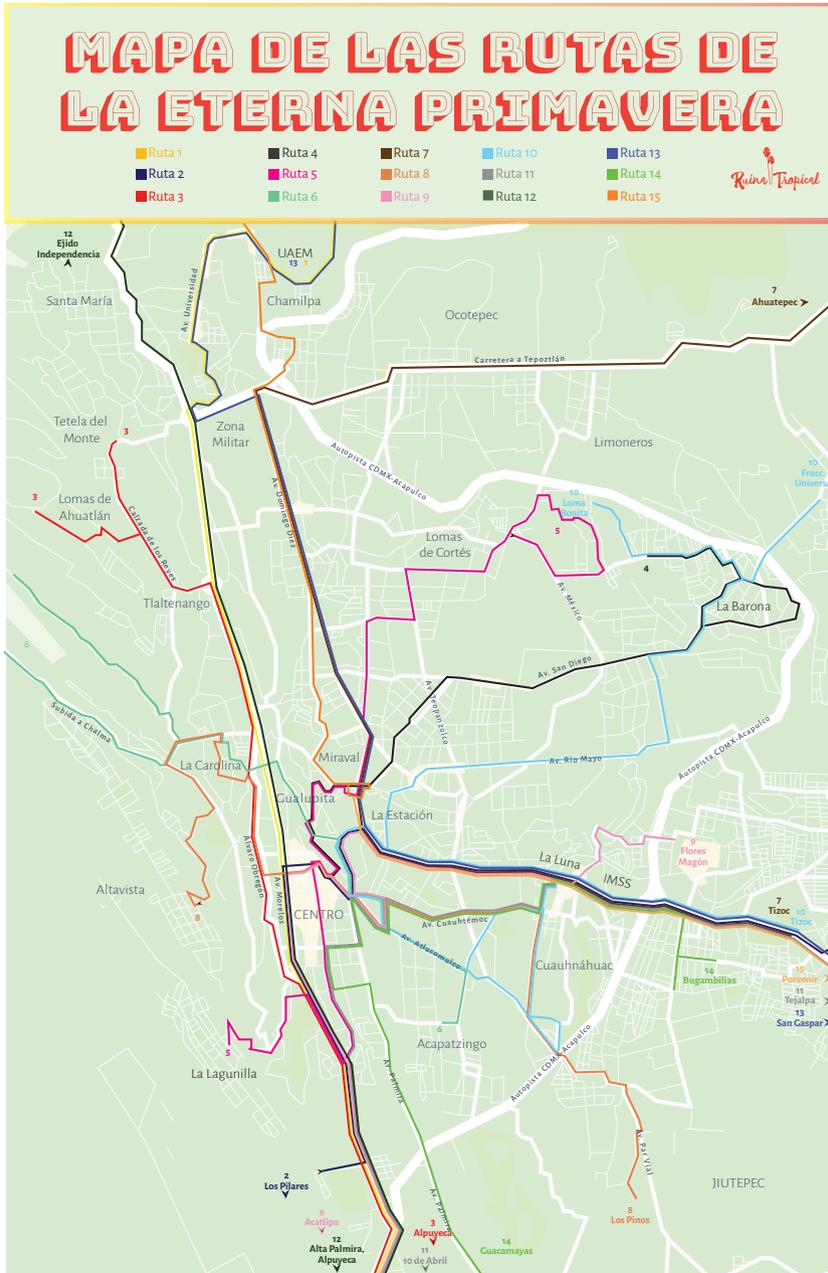
En el grabado de la página siguiente, Eduardo Casillas ha plasmado su percepción sobre el rumbo que habita.



MAPA CON LOS LUGARES MENCIONADOS EN LA GUÍA



MAPA DEL TRANSPORTE PÚBLICO



Imágenes

La *Guía mínima de la eterna primavera* basa su estética en 90 imágenes de distintos autores y no tiene elementos decorativos en el diseño para no sobrecargar las páginas de elementos visuales. Las imágenes son a color y sus dimensiones abarcarán hasta una plana completa rebasada. La función más importante de los elementos visuales es que muestren miradas novedosas sobre temas frecuentes: imágenes en las que el fotógrafo reflexione y proponga un nuevo enfoque sobre elementos cotidianos de la ciudad. El estilo es libre y se incluyen tanto fotografías artísticas como científicas; por ejemplo, la sección de “Flora y fauna”, donde se habla de la ecología urbana, requiere imágenes más formales. Las consideraciones para su inclusión han sido: buena calidad, que su protagonista sea la ciudad de Cuernavaca o sus habitantes y que esté relacionada con alguno de los temas abordados en la guía. La función de las imágenes es complementar el texto, retener la atención del lector y aportar información sobre la ciudad. Además, la guía incluye un mapa de los derroteros del transporte público y uno donde se ubican, gracias a los números designados en cada artículo, los lugares mencionados en los textos del libro.

Tipografía

Requerimientos

Para la paleta tipográfica de la *Guía mínima de la eterna primavera* se buscó para los artículos una fuente que estuviera diseñada especialmente para textos impresos y, de preferencia, literarios, pues el espécimen debe incluir un buen número de variantes, glifos y caracteres especiales para cubrir toda la información del producto. Además, se procuró que fuera una tipografía que generara una mancha tipográfica ligera y que tuviera un buen rendimiento, es decir, que produjera una densidad de color en la página uniforme y tenue para invitar a la lectura pero sin restarle peso a las imágenes (Bringinghurst 37). Para los títulos se eligió una tipografía totalmente distinta, muy llamativa y de mucho peso visual, que llama la atención hacia los artículos.

Para facilitar que el público lea los artículos completos, se buscó que la tipografía no fuera geométrica ni monoespaciada. Sin embargo, se procuró que fuera parecida a las tipografías empleadas en dispositivos electrónicos, en publicaciones digitales y en revistas contemporáneas, para darle al texto una apariencia similar a la de otros productos que el público meta lee. Por ejemplo, *Vice*, *Esquire* y *Errr magazine* son conservadoras en su formación, pero logran un estilo propio gracias al tipo de fotografías que usan, y todas tienen en común, en sus versiones impresas, la preferencia por páginas con manchas tipográficas muy ligeras, muchos espacios en blanco y el uso de tipografías sin patines. Otra característica tomada en cuenta para la selección de las tipografías fue que pertenecieran a fundidoras pequeñas o diseñadores independientes.

Cuerpo de texto

Para el cuerpo de texto de los artículos se emplea la familia Alegreya Sans, diseñada por Juan Pablo del Peral para la fundidora Huerta Tipográfica, de Argentina, y lanzada al mercado en 2013. Esta familia fue ideada específicamente para la lectura de textos largos y se basa en las proporciones y principios de las fuentes humanistas, con un “sentimiento caligráfico” que le da una apariencia fluida.

Las tipografías con patines son la elección más común para textos largos por considerarse más cómodas para la vista, pero tienen un carácter más formal; en el mercado editorial mexicano, son usadas por revistas como *Letras Libres* y *Nexos*, y por la mayoría de las editoriales, por ejemplo, Sexto Piso y Porrúa. Por el contrario, las tipografías sin patines están identificadas con movimientos de vanguardia (por ejemplo, Helvetica, desarrollada por Max Miedinger y Edouard Hoffmann en 1957) y son ampliamente usadas en publicaciones impresas y digitales consumidas por el lector ideal de la *Guía mínima de la eterna primavera*; tal es el caso de revistas ya mencionadas como *Vice*, *Esquire* o *Errr magazine*, y publicaciones en línea.

La fuente Alegreya Sans es diferente a otras palo seco empleadas en publicaciones mexicanas (impresas y digitales), pues la mayoría de ellas son monoespaciadas y muy geométricas, hechas especialmente para lectura en pantalla. Por el contrario, Alegreya Sans reúne el cuidado tipográfico característico de las familias destinadas a la lectura extensa impresa, además de tener la apariencia ligera de las tipografías sin serifas. Tiene 14 variantes (ideal para establecer jerarquías de texto) y una fuente hermana con versalitas, lo que permite abarcar todas las necesidades de información de los artículos.

La familia Alegreya es de uso libre y está disponible en Google Fonts. Además de representar un beneficio económico en cuanto a costos, también se

liga conceptualmente con la tendencia de los contenidos libres, el intercambio creativo y las formas novedosas de costear proyectos culturales. Es pertinente para el producto, pues la *Guía mínima de la eterna primavera* será gratuita para el público y se distribuirá en el ámbito alternativo, fuera del canal usual de las librerías.

La mayoría de las casas fundidoras y comercializadoras de tipografías son europeas o estadounidenses. Alegreya fue hecha en Argentina por una casa pequeña y emplearla es una manera de darle uso y difusión a un producto cultural latinoamericano de alta calidad que debe competir contra grandes empresas consolidadas en los mercados de tipografías.

Para el cuerpo de texto, se utilizó Alegreya Sans Regular de 12 puntos con interlínea de 16 puntos. Para las columnas auxiliares se empleó Alegreya Sans Bold con un tamaño de ocho puntos y para las llamadas al margen (números volados) se empleó Alegreya Sans Medium; la intención de usar caracteres más gruesos es que no se pierdan en la mancha tipográfica por su tamaño reducido y sean legibles.

ESPÉCIMEN TIPOGRÁFICO ALEGREYA SANS MEDIUM

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789 (!@#\$%&.,?;:)

ESPÉCIMEN TIPOGRÁFICO ALEGREYA SANS BOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 (!@#\$%&.,?;:)

Títulos

Un cuerpo de texto ligero corre el riesgo de perderse frente a las imágenes a color. Por ello, se buscó una tipografía llamativa para los títulos de los artículos. En la guía, el aporte visual de la tipografía recae en los títulos, pues son los encargados de hacer la “invitación al lector a entrar en el texto”, pero para “inducir un estado de energético reposo” (Bringhurst 35) necesario para la lectura se ha usado Alegreya Sans, una fuente ligera diseñada para textos largos.

Para títulos de sección y de artículos se empleó la tipografía Bungee Inline, del diseñador David Jonathan Ross, también disponible con licencia libre en Google Fonts. De la misma familia, también se empleará Bungee Shade al margen exterior de las páginas pares que contengan inicios de artículos para indicar el número correspondiente en los mapas.

La familia Bungee (lanzada en 2016) está inspirada en los letreros callejeros utilitarios y llamativos de los negocios. En la *Guía mínima de la eterna primavera* las fotografías son muy importantes y pueden distraer la atención del contenido escrito. Aunque la mancha tipográfica del cuerpo de texto es ligera y discontinua, la tipografía Bungee aporta peso gracias a sus caracteres anchos. Los inicios de artículos son claramente identificables y los temas son fáciles. Esto favorece tanto una lectura intensiva como de consulta.

El tema central del libro (cultura y vida cotidiana urbana) queda bien vestido con esta tipografía que le aporta al texto el carácter llamativo que lo balancea con las imágenes. Además, este tipo de estilo, pesado y muy geométrico, es muy usual en Cuernavaca, por ejemplo, en los números que identifican las rutas de los camiones del transporte público así como los letreros que enumeran su derrotero.

ESPÉCIMEN TIPOGRÁFICO BUNGEE SHADE

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 (!@#\$%&.,?;:)

ESPÉCIMEN TIPOGRÁFICO BUNGEE

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 (!@#\$%&.,?;:)

13



15



Derechos de autor

El derecho intelectual es el “conjunto de normas que regulan las prerrogativas y beneficios y que las leyes reconocen y establecen en favor de los autores y sus causahabientes por la creación de obras artísticas, científicas, industriales y comerciales” (Rangel 7-8). Si la creatividad “se aplica a la búsqueda de soluciones concretas de problemas también específicos en el campo de la industria y del comercio [...], entonces estamos frente a actos que son objeto de la propiedad industrial” (Rangel 8). En cambio, si “las obras apuntan a la satisfacción de sentimientos estéticos o tiene que ver con el campo del conocimiento y la cultura” se trata de derechos de autor (Rangel 8). Es decir, “el derecho de autor puede definirse como el poder jurídico que corresponde al creador intelectual para ejercer derechos de naturaleza moral y patrimonial respecto de sus obras” (Caballero 1).

En el caso del libro impreso, el objeto del derecho de autor lo constituye la obra realizada (*corpus mysticum*) y no el soporte que la contiene (*corpus mechanicum*), que apenas sirve de vehículo para que se advierta su existencia y pueda apreciarse su expresión creativa. El soporte en el que se expresa la idea no constituye la obra como objeto protegido legalmente, pero sí la acción de reunir distintos materiales para conformar una unidad con un nuevo sentido.

Las obras pueden tener un solo autor o haber sido realizadas por varias personas. Las obras en colaboración son aquellas en las que participan varios autores pero cuyas aportaciones personales no están diferenciadas dentro de la obra misma. Por otra parte, las obras colectivas son “creadas bajo la iniciativa y dirección de una persona natural o jurídica que las divulga bajo su propio nombre, y en las cuales las aportaciones de los diversos autores [...] se funden entre sí

en el conjunto”, por ejemplo, diccionarios, enciclopedias y bases de datos. Tal es el caso de la Guía mínima de la eterna primavera, y “se reconoce de manera natural que la titularidad derivada de los derechos patrimoniales de autor corresponde a la persona natural o jurídica que ha comenzado la acción” (Caballero 7). A estas obras se les conoce como derivadas, pues se basan en una obra primigenia: el autor de una obra derivada parte del trabajo de alguien más y le agrega su propia creatividad para convertirla en una nueva obra. El Artículo 13 de la Ley Federal de Derechos de Autor establece que los autores de “colecciones de obras, tales como las enciclopedias, las antologías, y de obras u otros elementos como las bases de datos” gozan también de derechos morales y patrimoniales “siempre que [...] por su selección o la disposición de su contenido o materias, constituyan una creación intelectual”.

En las obras derivadas, los derechos de uso y explotación están condicionados a la previa autorización de los titulares de la obra primigenia y es necesario adquirir estos derechos mediante un contrato (Caballero 2). Existen dos aspectos del derecho de autor: uno relacionado con el reconocimiento de la autoría (derecho moral) y otro relacionado con la explotación de la creación (derecho patrimonial). El derecho moral de un autor sobre su obra es perpetuo, inalienable, imprescriptible, irrenunciable e inembargable. En cambio, los derechos patrimoniales son transmisibles por cualquier medio legal (Caballero 13). El autor de una obra jamás pierde el derecho a ser reconocido como autor, pero sí puede ceder la explotación económica de su creación. En el caso de la Guía mínima de la eterna primavera no se busca un lucro, por lo que no es necesario realizar contratos con los autores, sino simplemente firmar una carta de sesión de derechos (ver en los anexos) para dar permiso para la reproducción, comunicación pública y distribución de sus obras.

Aunque en los países iberoamericanos existe “la regla de protección automática por el solo hecho de la creación, sin estar sujeta al cumplimiento de

formalidad especiales” sin la necesidad de “alguna formalidad, y en específico al depósito o registro de ejemplares de la obra ante la autoridad nacional” (Caballero 4), lo más recomendable es realizar el trámite ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor (Indautor).

Por ello, la Guía mínima de la eterna primavera fue registrada ante el Indautor como una obra derivada de compilación de un solo autor, en este caso, el editor, sólo para efectos patrimoniales, pues los derechos morales se respetan al dar el crédito debido de cada colaboración. Ya que la edición “significa ‘parto’, ‘publicación’, y deriva del latín endere que quiere decir tirar para afuera, dar a luz, publicar. [...] El editor es jurídicamente el guardián de los derechos del autor con quien él contrata obligaciones tanto materiales como morales” (Rangel 99-101).

CERTIFICADO DE REGISTRO INDAUTOR

CERTIFICADO
Registro Público del Derecho de Autor

Para los efectos de los artículos 13, 162, 163 fracción I, 164 fracción I, 168, 169, 209 fracción III y demás relativos de la Ley Federal del Derecho de Autor, se hace constar que la **OBRA** cuyas especificaciones aparecen a continuación, ha quedado inscrita en el Registro Público del Derecho de Autor, con los siguientes datos:

AUTOR: SANCHEZ COLMENARES AMAURY RENE
TITULO: GUIA MINIMA DE LA ETERNA PRIMAVERA
RAMA: COMPILACION DE DATOS (BASE DE DATOS)
TITULAR: SANCHEZ COLMENARES AMAURY RENE

Con fundamento en lo establecido por el artículo 14 fracciones I y II de la Ley Federal del Derecho de Autor, no es objeto de protección como derecho de autor las ideas en sí mismas, las fórmulas, soluciones, conceptos, métodos, sistemas, principios, descubrimientos, procesos e invenciones de cualquier tipo; el aprovechamiento industrial o comercial de las ideas contenidas en las obras.

Con fundamento en lo establecido por el artículo 107 de la Ley Federal del Derecho de Autor, el presente certificado no ampara las bases de datos o otros materiales legítimos por medio de máquinas o en otra forma, que por razones de selección y disposición de su contenido constituyen creaciones intelectuales, quedando protegidas, como compilaciones. Dicha protección no se extenderá a los datos y materiales en sí mismos.

Con fundamento en el Artículo 13 último párrafo de la Ley Federal del Derecho de Autor, las obras que por analogía puedan considerarse obras literarias o artísticas se inscriben en la rama que les sea más afín a su naturaleza.

Con fundamento en el Artículo 237 de la Ley Federal del Derecho de Autor, los afectados por los actos y resoluciones emitidos por el Instituto que pongan fin a un procedimiento administrativo, a una instancia o resuelvan un expediente, podrán interponer recurso de revisión en los términos de la Ley Federal del Procedimiento Administrativo.

Con fundamento en el Artículo 9 fracción I del Reglamento Interior del Instituto Nacional del Derecho de Autor que establece la Ley y su Reglamento, así como determinar la rama en que deberán registrarse las obras que por su analogía puedan considerarse literarias o artísticas.

Con fundamento en lo establecido por el artículo 168 de la Ley Federal del Derecho de Autor, las inscripciones en el registro establecen la presunción de ser ciertos los hechos y actos que en ellas consten, salvo prueba en contrario. Toda inscripción deja a salvo los derechos de terceros. Si surge controversia, los efectos de la inscripción quedarán suspendidos en tanto se pronuncie resolución firme por autoridad competente.

Con fundamento en los artículos 2, 208, 209 fracción III y 211 de la Ley Federal del Derecho de Autor; artículos 64, 103 fracción M y 104 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor; artículos 1, 3 fracción I, 4, 8 fracción I y 9 del Reglamento Interior del Instituto Nacional del Derecho de Autor, se expide el presente certificado.

Número de Registro: 03-2018-11301112200-01

03-2018-11301112200-01 Página 1 de 2

CULTURA  INDAUTOR 

CERTIFICADO
Registro Público del Derecho de Autor

La presente firma ampara el registro número: 03-2018-11301112200-01

México D.F., a 30 de noviembre de 2018

SUBDIRECTOR DE REGISTRO DE OBRAS Y CONTRATOS

DANIEL RAMOS LÓPEZ 


SECRETARÍA DE CULTURA
INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR
MÉXICO, D.F.

Página 2 de 2

CULTURA  INDAUTOR 

Bibliografía

- Alemán Cleto, Teódula. *Coatetelco*. Fondo Editorial de la Secretaría de Cultura del Estado de Morelos, 2017.
- Arias, Patricia. “Luis González. Microhistoria e historia regional”. *Desacatos*, no. 21, mayo-agosto, 2006.
- Augé, Marc. Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad. Traducción de Margarita Mizraji, Gedisa Editorial, 2000.
- Ávila Sánchez, Héctor. *Aspectos históricos de la formación de regiones en el estado de Morelos (desde sus orígenes hasta 1930)*. Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, 2002. https://www.crim.unam.mx/web/sites/default/files/3_La_estructura_territorial.pdf
- Batllore Guerrero, Alicia. “Las barrancas de Morelos. Enfoque educativo para un cambio de comportamiento de los moradores”. *Gaceta Ecológica*, 71, Instituto Nacional de Ecología, 2004. Academia Nacional de Educación Ambiental, <http://www.anea.org.mx/docs/Alicia%20Batllori-1.pdf>.
- Bringhurst, Robert. *Los elementos del estilo tipográfico*. Traducción de Margara Averbach y Cristóbal Henestrosa, Fondo de Cultura Económica, 2014.
- Caballero Leal, José Luis. *Derecho de autor para autores*. Fondo de Cultura Económica, El Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, 2004.
- Carreño Nicolás, David. *Relaciones de sistemas de alcantarillado con cauces y barrancas en la ciudad de Cuernavaca, Morelos*. Tesis para obtener el grado de Ingeniero Civil, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ingeniería, 2011.
- “Colapsa local comercial sobre barranca ‘El Pilancon’ de Cuernavaca”. *Zona Centro Noticias*, 11 de junio 2016.
- Colbert, Francois, *et al.* Marketing de las artes y la cultura. Ariel, 2010.
- Cortés, Hernán. “Tercera carta al Emperador Carlos V, Coyoacán, 15 de mayo de 1522”. *Cartas de relación*, Arte Historia, <https://web.archive.org/web/20081204062721/http://www.artehistoria.jcyl.es:80/cronicas/contextos/9745.htm>.
- Chueca Goitia, Fernando. *Breve historia del urbanismo*. Alianza Editorial, 1974.

- “Decreto Ley Federal del Derecho de Autor”. *Diario oficial de la Federación*, Secretaría de Gobernación, 1996, http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4907028&fecha=24/12/1996.
- De Certeau, Michel. *La invención de lo cotidiano. 1, Artes de hacer*. Traducción de Alejandro Pescador, Universidad Iberoamericana, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, 2007.
- Díaz del Castillo, Bernal. *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España*. Tomo 3, Imprenta de don Benito Cano, 1796. *Biblioteca Saavedra Fajardo*, <http://www.saa-vedrafajardo.org/Archivos/diazhistoria3.pdf>
- Dorado, Óscar, *et al.* Árboles de Cuernavaca, nativos y exóticos, *guía para su identificación*. Trópico Seco Ediciones, Universidad Autónoma del Estado de Morelos, 2012.
- Elam, Kimberly. *Sistemas reticulares*. Traducción de Mela Dávila, GG Diseño, 2004.
- Escalante Gonzalbo, *et al.* *Historia mínima de la vida cotidiana en México*. El Colegio de México, 2010.
- García Barrios, *et al.* *Las barrancas de Cuernavaca*. Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias-UNAM. *Scribid*, <https://es.scribd.com/document/126214717/Barrancas-de-Cuernavaca-Crim-unam>.
- Gonzalbo Aizpuru, Pilar (dir.). *Historia de la vida cotidiana en México*. El Colegio de México, Fondo de Cultura Económica, 2004-2005.
- González y González, Luis. *Pueblo en vilo*. El Colegio de México, 1979.
- González y González, Luis. *Invitación a la microhistoria*. Segunda edición, Fondo de Cultura Económica, 1986.
- Gutierre Tibón. “Cuernavaca, lugar de España”. *Los juegos del lenguaje*, antologado por Miguel Ángel Muñoz, Fondo Editorial del Estado de Morelos, 2017, pp. 109-111.
- Hernández Chávez, Alicia. *Breve historia de Morelos*. Fondo de Cultura Económica, 2011.
- “Educación, características educativas de la población en Cuernavaca”, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), 2015. <http://www.beta.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=17#tabMCCollapse-Indicadores>.
- Kuper, Peter. *Diario de Oaxaca*. Sexto Piso, 2009.
- “Las víctimas del socavón en Cuernavaca estuvieron con vida 120 minutos antes de morir asfixiadas”. *Animal Político*, 12 julio 2017.
- Landa Ávila, Juan José (coomp.). *Vida y paisajes de Cuernavaca 1841-1991*. Ayuntamiento de Cuernavaca 2006-2009, 2008.

- Lazzari, Marco. "The role of social networking services to shape the double virtual citizenship of young immigrants in Italy". *Proceedings of the IADIS International Conference on ICT, Society and Human Beings Lisbon, 2012*. En SiteSeerX, <http://cite-seerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.363.1161&rep=rep1&type=pdf>
- Lowry, Malcolm. *Bajo el volcán*. Era, 2012.
- Macazaga, César. Morelos: espacio y tiempo; historia y geografía tercer grado de secundaria. Trillas, 1997.
- Morales Moreno, Luis Gerardo. "Capitalismo de la selva urbana". *Historia de Morelos. Tierra, gente, tiempos del Sur*. Director Horacio Crespo, coordinadores María Victoria Crespo y Luis Anaya Merchant, tomo 8 *Política y sociedad en el Morelos posrevolucionario y contemporáneo*, Congreso del Estado de Morelos, Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Ayuntamiento de Cuernavaca, Instituto de Cultura de Morelos, 2010.
- Ortega Doménech, Jorge. *Obra plástica y derechos de autor*. Reus, 2000.
- Pérez Uruñuela, Jesús. *De Cuauhnáhuaca Cuernavaca, biografía de una ciudad*. Ayuntamiento de Cuernavaca, 2007.
- "Principios básicos del derecho de autor y los derechos conexos". World Intellectual Property Organization, 2016. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_909_2016.pdf
- Primera Encuesta Nacional sobre Consumo de Medios Digitales y Lectura. Asociación para Leer, Escuchar, Escribir y Recrear AC (IBBY México), Banamex, 2015. http://www.ibbymexico.org.mx/images/ENCUESTA_DIGITAL_LECTURA.pdf
- "Principios básicos del derecho de autor y los derechos conexos". World Intellectual Property Organization, 2016. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_909_2016.pdf
- Rangel Medina, David. *Derecho de la propiedad industrial e intelectual*. Universidad Nacional Autónoma de México, 1992.
- Reyes, Alfonso. *Homero en Cuernavaca*. Instituto de Cultura de Morelos, 2009.
- Ruiz, Marina (editora). *Poéticas de la barranca, literatura e imagen comunitaria*. Astrolabio Editorial, 2017.
- Smith, Michael E. "La época posclásica en Morelos: surgimiento de los tlahuicas y xochimilcas". *La arqueología en Morelos: dinámicas sociales sobre las constricciones de la cultura material*, editado por Sandra López Varela, Poder Ejecutivo del Estado

BIBLIOGRAFÍA

- de Morelos, Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Ayuntamiento de Cuernavaca, 2010. *Arizona State University*. <http://www.public.asu.edu/~mesmith9/1-CompleteSet/MES-10-HistoriaMorelos-Postclassic.pdf>
- Siller Camacho, Marco Antonio. *El patrimonio cultural y los monumentos históricos inmuebles en el estado de Morelos*. Secretaría de Información y Comunicación del Estado de Morelos, 2014.
- Tanizaki, Junichiro. *El elogio de la sombra*. Traducción de Julia Escobar, Siruela, 2011.
- Yourcenar, Marguerite. *Memorias de Adriano*. Traducción de Julio Cortázar, Editorial Sudamericana, 1971.

Anexos

- Carta-cesión de derechos
- Cotización de impresión
- Manual de estilo

Carta-cesión de derechos

Morelos, México a __ de __ de ____

A QUIEN CORRESPONDA

P R E S E N T E

Por medio de la presente con fundamento en lo dispuesto por los artículos 24, 25, 26, 27, 30, 31, 32, 33, 35 y 36 de la Ley Federal del Derecho de Autor, quien suscribe, _____, autoriza al editor de la *Guía mínima de la eterna primavera* para que reproduzca, publique, edite, fije, comunique y transmita públicamente en cualquier forma o medio, el artículo o material gráfico de mi autoría.

También autorizo su distribución al público en el número de ejemplares que se requieran y su comunicación pública, en cada una de sus modalidades, incluida su puesta a disposición del público a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, para fines exclusivamente científicos, culturales, de difusión y sin fines de lucro.

Esta autorización será por cinco años a partir de la fecha de firma de la presente licencia de uso, en el entendido de que los derechos morales sobre la titularidad del artículo de mérito quedan a salvo del autor.

Esta autorización, será renovada automáticamente por el mismo período, en el entendido de que si alguna de las partes decide darla por terminada, deberá notificar a la otra dicha decisión, lo cual se hará a través de comunicado por escrito con una anticipación de cuando menos treinta días antes a la fecha en que proceda la renovación automática.

En virtud de lo anterior, manifiesto expresamente que no me reservo ningún derecho en contra del editor Amaury René Sánchez Colmenares.

A T E N T A M E N T E

Cotización de impresión



**Sentido y Significado
S.A. de C.V.**

CUERNAVACA MOR., A 03 DE JUNIO DE 2019.

RUINA TROPICAL.
AT'N: AMAURY COLMENARES.
P R E S E N T E

POR ESTE CONDUCTO NOS DIRIGIMOS A USTED PARA ENVIARLE LA SIGUIENTE
COTIZACIÓN ESPERANDO SEA DE SU AGRADO.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/UNITARIO	COSTO
GUIA MINIMA DE LA ETERNA PRIMAVERA. (160 PGS. + FORROS). TAMAÑO: 17 X 21 (21 X 34 EXTENDIDO). PAPEL: FORROS EN COUCHE BRILLANTE DE 250 GR. PAPEL: INTERIORES EN PAPEL EDUCACIÓN DE 60 GR. TINTAS: FORROS A 4 X 0. TINTAS: INTERIORES A 4 X 4. ACABADOS: CON LAMINADO MATE EN 1RA. Y 4TA. DE FORROS. ENCUADERNADOS EN RUSTICA COSIDOS.	1,000	\$63.46	\$63,460.00
GUIA MINIMA DE LA ETERNA PRIMAVERA. (160 PGS. + FORROS). TAMAÑO: 17 X 21 (21 X 34 EXTENDIDO). PAPEL: FORROS EN COUCHE BRILLANTE DE 250 GR. PAPEL: INTERIORES EN PAPEL EDUCACIÓN DE 60 GR. TINTAS: FORROS A 4 X 0. TINTAS: INTERIORES A 4 X 4. ACABADOS: CON LAMINADO MATE EN 1RA. Y 4TA. DE FORROS. ENCUADERNADOS EN HOT-MELT.	1,000	\$57.08	\$57,080.00

NOTA: ESTOS PRECIOS SON MAS I.V.A.
ESTOS PRECIOS ESTÁN SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO.

SIN OTRO PARTICULAR Y EN ESPERA DE VERNOS FAVORECIDOS CON SU
PREFERENCIA QUEDO DE USTED.

A T E N T A M E N T E

RAUL LOPEZ LEYVA.

Querétaro No. 19 Col. Cantarranas Tels. 312-66-56 318-88-43 312-52-92
www.sentidoysignificado.com.mx
R.F.C. SSI-890104-1F2



manual de estilo

guía mínima
de la eterna
primavera

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
NORMAS	4
» Tono y tratamiento	4
» Nivel de especialización	4
» Formato	4
» Presentación de colaboraciones	5
» Uso de “malas palabras”, groserías y lenguaje “vulgar”	5
CRITERIOS	6
» Cifras	6
» Mayúsculas	7
» Narrador y uso de primera persona	9
» Gentilicios preferidos	9
» Comillas y cursivas	9
» Métricas	10
» Corchetes	11
» Guiones	11
» Abreviaturas	11
» Siglas y acrónimos	11
» División silábica	12
» Tildes	12
» Negritas	12
» Notas	12
» Consideraciones para presentar propuestas de artículos	13
HOJA DE ESTILOS	14
RETÍCULA	16
IMAGINERÍA	17

INTRODUCCIÓN

La *Guía mínima de la eterna primavera* es un libro de difusión del conocimiento sobre la ciudad de Cuernavaca y su objetivo es fomentar la identidad local entre jóvenes. Los textos son de varios autores y en sus páginas se encuentran diversas voces que hablan con su propio estilo sobre muchos temas. Por ello, pretender la homogeneización en la redacción sería un error. Hay autores que usan puntuación apretada, otros que se permiten licencias poéticas, pero todos los textos deben ceñirse a las recomendaciones de la Real Academia de la Lengua y respetar las normas de ortografía y puntuación. Por ello, este manual de criterios contiene muy poco sobre puntuación y gramática. En cambio, se enfoca en aspectos de criterio y preferencias, como el formato de los números, de las siglas y nombres científicos, pues aunque los textos tienen un estilo informal, la mayoría contiene información precisa y completa sobre el tema que abordan. El objetivo de este manual es que la información sea legible y accesible para el público al que va dirigida.

NORMAS

Tono y tratamiento

- Esta publicación es de tono irónico y ameno. Aunque el tratamiento de la información debe ser riguroso y estar bien sustentado, es preferible incluir sólo los datos duros necesarios. Como la publicación es un primer paso en el conocimiento de la ciudad, es preferible dejar interesado al lector y no pretender agotar el tema.

Nivel de especialización

- El público al que se dirige es un lector con estudios superiores o interés por la lectura, pero hay que tener presente que no es un lector experto en los temas abordados. Este libro ofrece información básica no especializada para tener un conocimiento esencial de la ciudad de Cuernavaca.

Formato

- Extensión de los artículos: 800 a tres mil caracteres con espacios. El estilo es libre, pero se acerca más al del ensayo literario o a la crónica. Además de aportar datos “duros” sobre cada tema, puede contener anécdotas, datos curiosos, descripciones metafóricas, reflexiones personales, y en general, todo aquello que para cada autor represente lo más entrañable de cada tema.

Presentación de colaboraciones

- Las colaboraciones son recibidas previa petición de la editorial.

Uso de “malas palabras”, groserías y lenguaje “vulgar”

- Aunque se le da libertad de estilo a los autores, se evitarán las expresiones vulgares y obscenas, así como los comentarios u opiniones discriminatorios. Debido al tono de la publicación, estarán permitidas las groserías siempre y cuando sean parte de una entrevista, sean características de una persona o de un lugar, o formen parte de una anécdota dentro de un artículo (por ejemplo, al mencionar lo que dijo algún personaje importante en algún momento de la historia). Por lo tanto, de ser necesarias, no se censurarán y se escribirán completas, sin abreviaturas ni comillas ni ningún otro tratamiento especial. Sin embargo, jamás se emplearán expresiones discriminatorias que provengan directamente de la voz del autor; es decir, no se dará cabida a opiniones intolerantes o racistas, y se permitirán puntos de vista polémicos o políticamente incorrectos siempre y cuando estén sustentados en argumentos y no en insultos o “chistes”.
- Se recomienda emplear un lenguaje incluyente y no sexista. La sustitución de letras por una “x” (Ej: Todxs nosotrxs) es el formato que empleará el libro. El uso de la arroba (@) o de la diagonal con la variación de género (/as) será sustituido por la “x”, por ser más legible en el cuerpo de texto. Ej: L@s niñ@s y los/as niños/as -> Lxs niñxs.

CRITERIOS

Cifras

- Dentro de la caja de texto de artículo principal:
- Se usarán los elzevirianos.
- Los números se escribirán con letra del uno al quince, pues existen palabras para nombrarlos. A partir del 16, se usarán cifras. Esta norma aplica también para rangos.
 - »Ej: de quince a 34.
- Las unidades de millares y millones se escribirán con número, y si es un número cerrado, entonces se sustituirán los ceros con la palabra correspondiente.
 - »Ej: la población de Cuernavaca supera las 300 mil personas.
- Las fechas se escribirán desatadas, indicando el día siempre con número, el mes con su nombre en minúsculas, y el año con número.
 - »Ej: el 10 de abril de 1990.
- Los horarios se escribirán con números cuando hagan referencia a una hora específica.
 - »Ej: 2:47
- Se emplearán sólo doce horas y se hará la distinción entre día y noche mediante palabras.
 - »Ej: eran las 3:25 de la madrugada.
- Cuando las horas se mencionen sin minutos, irán en letra.
 - »Ej: eran las tres de la tarde; nos vimos a medio día.
- Las cantidades de medida irán siempre escritas con números, sin abreviaturas.

»Ej: Medía 10 centímetros. Abarcaba 7 kilómetros.

- No se separarán los millares. Después de la cifra, se indicará en letra si se trata de millares o millones. Los decimales se separarán con punto.

»Ej: 10 mil personas. Cinco millones 200 mil pesos.

- Números de domicilios y nombres de calles y avenidas, serán escritos como estén registrados de manera oficial por el INEGI.

»Ej: Calle Hidalgo número 3, colonia Tres de Mayo; avenida Domingo Diez sin número.

Mayúsculas

- Los nombres de negocios irán con la primera letra de cada palabra del nombre en altas, excepto artículos, preposiciones y conjunciones intermedias, si el nombre inicia con artículo, irá en altas.

»Ej: Cantina la Estrella (en caso de que “cantina” sea parte del nombre) / cantina La Estrella (si es que “cantina” no es parte del nombre y sólo se usa la palabra para indicar el giro del negocio).

- Irán con formato de nombre propio las instituciones religiosas (de cualquier credo). Pero no irán en altas sus miembros ni los plurales.

»Ej: la Iglesia envió a algunos franciscanos. Mucho tiempo después, darían un lugar para el templo de la Iglesia Evangelista.

- Los nombres propios se escribirán con la primera letra de cada nombre y apellido en altas, excepto artículos, preposiciones y conjunciones (que irán en altas cuando esa parte del apellido se use sola).

»Ej. el señor Humberto de la Rosa Pérez se reunió con la señora Del Monte.

- Los apodos recibirán tratamiento de nombre propio pero irán con cursivas.
 - »Ej. lo llevaron a ver a *El Chómpiras*.
- Los puntos cardinales irán con la primera en minúscula y se usarán los siguientes: norte, sur, este, oeste, y sus combinaciones con “r”:
 - »Ej: noreste, sureste.
- Los siglos irán con versalitas. Para distinguir si se trata de un siglo previo al año cero, se usará “antes de nuestra era”.
 - »Ej: en el siglo **xvi** de nuestra era.
- Irán con letra inicial alta los países, ciudades, accidentes geográficos, carreteras, hidrónimos y apodos de lugares.
 - »Ej: la Heroica ciudad de Cuautla. La Sultana del Norte. Los Altos de Morelos.
- Se usará Estado en altas para hablar de la autoridad de la organización política que delimita un país. Se usará estado en bajas cuando se trate de una región o una condición.
 - »Ej: a pesar de los esfuerzos del Estado y la Iglesia, los rebeldes mantuvieron su lucha. En estado de ebriedad, chocó. El estado de Morelos tiene municipios indígenas.
- Los sustantivos y adjetivos que forman parte del nombre de las revoluciones irán con mayúscula, excepto los adjetivos que hacen referencia a las nacionalidades:
 - »Ej: Revolución de Octubre, Revolución mexicana, Revolución francesa.
- Después de dos puntos y seguido irán en bajas las palabras que no lleven altas según este manual.
- Los nombres en náhuatl irán siempre en redondas y con altas si son nombres propios.
- Los nombres científicos de plantas y animales irá en cursivas y con la letra inicial del primer componente en mayúscula y el resto de las

palabras del nombre en minúsculas. Los nombres comunes irán en cursivas y en bajas, a menos que empleen nombres de ciudades o personas.

»Ej: la planta tropical *Monstera deliciosa*, comúnmente llamada “costilla de Adán” o “garra de tigre”, es habitual en los jardines de la ciudad.

Narrador y uso de primera persona

- Uso de tercera persona para artículos (narrador). En el caso de los artículos firmados, el estilo depende del autor, así que puede usar la primera persona para hablar de su trabajo o sus impresiones. En el caso de los cuadros informativos, deberán usar un tono neutral y en tercera persona.

Gentilicios preferidos

- Cuernavacense. Estadunidense.

Comillas y cursivas

- Las citas textuales de libros, documentos, textos escritos en general y dichos de otras personas irán entre comillas. Se usarán las comillas inglesas. En los casos en los que dentro de una cita haya otra cita, se usará una comilla simple:

»Ej. En sus crónicas, Hernán Cortés refirió que “A las nueve del día llegué a vista de un pueblo muy fuerte que se llama Coadnabaced”.

- El punto irá siempre después de las comillas.
- Se usarán también para conceptos en tono sarcástico, irónico o palabras de uso coloquiales.

»Ej: La belleza de las barrancas ha sido “rescatada” varias veces

por el gobierno. Se duermen la siesta cuando “la calor” ya está muy fuerte.

- Se usarán en cursivas las palabras que no estén en español siempre y cuando no sean de uso corriente.

»Ej: *bricoleur* es un término usual en antropología.

»Puede entregarse en una usb o mediante la página web.

- También para títulos de libros, revistas y periódicos; locuciones latinas y onomatopeyas.

»Ej: La famosa novela *Bajo el volcán*.

Métricas

- Símbolos y abreviaturas de unidades de medida: irán desatados en el cuerpo de texto de los artículos.

»Ej: Se cree que el once por ciento proviene de Guerrero.

- En tablas, recuadros informativos o infografías, las unidades de medidas irán atadas o se usarán los símbolos. Ambos irán siempre pegados al número, sin espacios.

»Ej: 11% de Guerrero.

- Monedas. Se usará el signo monetario seguido del número escrito con cifras para cantidades menores a diez mil; para cantidades superiores a diez mil, no se usará el signo monetario y se anotará el número en letra seguido de la denominación desatada (dólares, euros, pesos).

»Ej: En aquel entonces el dólar estaba a \$13,58. Le costó €263,90.
Se g

»anó en premio de cuatro millones quinientos mil pesos.

Corchetes

- No se usarán corchetes, únicamente paréntesis.

Guiones

- La raya se usará solamente en diálogos. Si está empleada en el texto con función parentética, se preferirá el uso de paréntesis o comas. La raya (o guion largo) se usa en los diálogos para indicar las líneas de cada interlocutor. Si el diálogo termina en punto, no se pondrá otro guion. Si el diálogo es interrumpido por el narrador, las ideas del narrador irán entre guiones.

»Ej: —Por favor, traigan esa silla —dijo la mujer con una sonrisa.

- Se usa guion corto para marcar la separación de sílabas de una palabra al final de una línea. Para separar los compuestos de dos o más adjetivos. Para marcar oposición o contraste entre dos elementos

Abreviaturas

- En el cuerpo del texto se evitan las abreviaturas. Excepción: el uso de etcétera, que debe ir abreviada “etc.”, excepto al final del párrafo.

Siglas y acrónimos

- Las siglas deben ir en versalitas y sin puntos ni espacios entre las letras. Los acrónimos llevan en mayúscula únicamente la primera letra, como si se tratase de un nombre propio.

»Ej: Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

»Ej: Secretaría de Gobernación (Segob).

División silábica

- Se evitan dos o más palabras o sílabas iguales al final o inicio de renglón una debajo de la otra, así como que queden más tres guiones o signos. No se dividirán palabras entre una página y otra. Se evitará la división silábica de palabras cuyas partes puedan formar otras palabras.

Tildes

- En los pronombres este, ese, aquel, sus femeninos y sus plurales no llevarán tilde cuando funcionen como determinantes.
- Llevarán acento gráfico todas las mayúsculas que lo requieran.

Negritas

- Se usarán negritas para resaltar ideas o datos que resuman el tema del artículo, con la intención de captar la atención del lector que hojea el libro o de presentarle las ideas más importantes de manera clara.
- Los nombres de lugares que se pueden localizar en el mapa irán siempre en negritas cuando aparezcan por primera vez en el artículo; después irán en redondas como cualquier otro nombre de lugar.

Notas

- Las llamadas irán en superíndices en el cuerpo de los artículos. Irán en los márgenes laterales de la página, precedidas del número correspondiente, en guarismos elzevirianos. Seguirán un orden numérico, que iniciará desde el uno en cada nuevo artículo. El contenido de las notas deberá ser claro y breve; de requerir más espacio, deberá incorporarse al texto como un paréntesis o un párrafo.

Consideraciones para presentar propuestas de artículos

Una vez hayas elegido un tema específico de la lista de secciones de la *Guía mínima de la eterna primavera*, ten en consideración las siguientes indicaciones:

1. El artículo debe tener mínimo 800 caracteres con espacios y máximo tres mil.
2. El artículo debe estar bien redactado y presentar la información de manera clara.
3. El artículo debe hablar sobre un tema específico y el título debe ser corto y conciso.
4. El artículo aborda los aspectos más importantes del tema y debe ofrecer la información necesaria para entenderlo.
5. El artículo, en caso de ser científico, debe ir acompañado de referencias a mínimo una obra científica que avale sus datos (la publicación no incluirá aparato crítico, pero estas referencias podrán ser usadas por el editor para incluir datos en caso de ser necesario).
6. El artículo, en caso de ser literario o artístico, debe describir de manera suficiente el tema que aborda y evitar una visión demasiado personal.

HOJA DE ESTILOS

INICIO DE SECCIÓN

TÍTULOS DE SECCIÓN

Tipografía: Bungee Shade a 46 puntos
Interlineado: 55 puntos
Sin ajustar a rejilla base
Alineación: centrada
Color papel C= 0 %, M= 0 %, Y= 0 %, K= 0 %

ARTÍCULOS

TÍTULOS

Tipografía: Bungee Inline a 35 puntos
Interlineado: 35 puntos
Sin ajustar con cuadrícula base
Alineación: a la izquierda
Espacio posterior: 28 puntos
Color negro C= 0 %, M= 0 %, Y= 0 %, K= 100 %

AUTOR

Tipografía: Alegreya Sans Bold a 12 puntos
Interlineado: 14 puntos
Coincide con el límite áureo; para remarcar esa división, el nombre va subrayado
Ajustada a rejilla base

Alineación: a la izquierda
Color negro C= 0 %, M= 0 %, Y= 0 %, K= 100 %

CUERPO DE TEXTO DE ARTÍCULO

Tipografía: Alegreya Sans Regular a 12 puntos
Interlineado: 16 puntos
Ajustada a rejilla base
Redondas, cursivas, números elzevirianos, versalitas
Alineación: a la izquierda
Espaciado entre palabras ideal aunque aumenten los guiones
Sangría: 24 puntos
Color negro C= 0 %, M= 0 %, Y= 0 %, K= 100 %

NÚMERO DE MAPA

Tipografía: Bungee Shade 38 puntos
Sólo usar al inicio de artículo y en página par
Color negro C= 0 %, M= 0 %, Y= 0 %, K= 100 %

CORNISA

Tipografía: Alegreya Sans Extra Bold a 10 puntos
Opacidad reducida a 65%
Numeral elzeviriano
Sólo se emplea en páginas impares
Color negro C= 0 %, M= 0 %, Y= 0 %, K= 100 %

NOTAS AL MARGEN

Tipografía: Alegreya Sans Bold a 8 puntos
Interlineado: 10 puntos
Sin ajustar a rejilla base
Alineación: a la izquierda
Color negro C= 0 %, M= 0 %, Y= 0 %, K= 100 %

RETÍCULA

CARACTERÍSTICAS FORMALES

Tamaño: medio oficio (17 por 21 centímetros)
Soporte: impreso
Encuadernación: rústica, cosido y pegado
Papel forros: couché laminado mate de 250 gramos
Papel interiores: educación de 60 gramos
Número de páginas: 128
Color: 4 x 4 tintas

CAJA DE TEXTO

Medida de la caja: 25p0 por 40p5
Una columna
30 renglones
Párrafo ordinario alineado a la izquierda.

CORNISA

En la segunda línea de la rejilla base
Alineación: coincide con el margen derecho, sólo en página impar
Información: sección, título del artículo, número de página impar
Usar una barra como separación entre secciones de información
Degradado al 65%

IMAGINERÍA

La Guía mínima de la eterna primavera basa su estética en las fotografías y grabados, por lo que no tiene elementos decorativos en el diseño de la página.

Las imágenes son a color y sus dimensiones abarcarán hasta una plana completa rebasada. La función más importante de los elementos visuales es que muestren miradas novedosas sobre temas frecuentes: imágenes en las que el fotógrafo reflexione y proponga un nuevo enfoque sobre elementos cotidianos de la ciudad. El estilo es libre y se incluyen tanto fotografías artísticas como científicas; por ejemplo, la sección de “Flora y fauna”, donde se habla de la ecología urbana, requiere imágenes más formales.

Las consideraciones para su inclusión han sido: buena calidad, que su protagonista sea la ciudad de Cuernavaca o sus habitantes y que esté relacionada con alguno de los temas abordados en la guía. La función de las imágenes es complementar el texto, retener la atención del lector y aportar información sobre la ciudad.



Votos aprobatorios

Cuernavaca, Morelos, a 30 de septiembre de 2019.

Dr. Rodrigo Bazán Bonfil
Coordinador de la Maestría en Producción Editorial
Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales
Universidad Autónoma del Estado de Morelos

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis "**Guía mínima de la eterna primavera**" que presenta el alumno:

Amaury René Sánchez Colmenares

Para obtener el grado de Maestro en Producción Editorial. Considero que dicha tesis está terminada, por lo que doy mi **voto aprobatorio** para que se proceda a la defensa de la misma.

Baso mi decisión en lo siguiente:

Guía mínima de la eterna primavera es un proyecto editorial original y de calidad; está bien estructurado y justificado, cumpliendo así con los requisitos del posgrado.

La planeación, desarrollo y producción de este libro implicaron una serie de tareas editoriales que el estudiante realizó de manera profesional.

Espero que Amaury continúe con las gestiones necesarias para la publicación de esta guía y otros proyectos editoriales.

Sin más por el momento, quedo de usted.

Atentamente



Mtra. Zazilha Lotz Cruz García



Cuernavaca, Morelos, a 22 de mayo de 2019.

Dr. Rodrigo Bazán Bonini
Coordinador de la Maestría en Producción Editorial
Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales
Universidad Autónoma del Estado de Morelos
PRESENTE

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis “**Guía mínima de la eterna primavera**” que presenta el estudiante:

Amaury René Sánchez Colmenares

Para obtener el grado de Maestro en Producción Editorial. Considero que dicha tesis está terminada por lo que doy mi **voto aprobatorio** para que se proceda a la defensa de la misma. Baso mi decisión en lo siguiente:

La tesis en cuestión cumple con las exigencias básicas de una tesis para el grado de Maestría. Sus mayores aportaciones se encuentran en el planteamiento de problemas de índole estética y urbana, donde confluyen las áreas del diseño editorial, la fotografía y la exploración de una problemática vinculada a la identidad colectiva. Considero, por lo tanto, que esta tesis ejemplifica en forma suficiente el tipo de producción académica y desarrollo profesional que se busca obtener en el programa de Maestría en Producción Editorial.

Sin más por el momento, quedo de usted

Atentamente

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned above a horizontal line.

Dra. Beatriz Alcubierre Moya
Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades
Universidad Autónoma del Estado de Morelos

Cuernavaca, Morelos, 20 de mayo de 2019

Dr. Rodrigo Bazán Bonfil
Coordinador de la Maestría en Producción Editorial
Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales
Universidad Autónoma del Estado de Morelos
PRESENTE

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis ***Guía mínima de la eterna primavera***, que presenta el alumno:

Amaury René Sánchez Colmenares

Para obtener el grado de Maestro en Producción Editorial. Considero que dicha tesis está terminada por lo que doy mi **voto aprobatorio** para que se proceda a la defensa de la misma.

Baso mi decisión en lo siguiente:

El trabajo y el producto editorial cumplen con los lineamientos establecidos en la Maestría en Producción Editorial. El planteamiento y desarrollo del producto son pertinentes.

El estudiante presenta de manera clara la estructura que conforma la publicación; los contenidos fueron claramente definidos y su propuesta gráfica permite que la publicación tenga unidad de sentido.

La estrategia de comercialización está claramente definida lo que permitirá que a corto plazo la publicación esté en circulación.

Con la intención de mejorar la calidad del trabajo se marcaron comentarios directamente sobre el archivo correspondiente, los cuales puedan ser atendidos sin implicar cambios de fondo al trabajo.

Sin más por el momento, quedo de usted.

A t e n t a m e n t e



MTRA. LORENA SÁNCHEZ ADAYA



Octubre 21, 2019.

Dra. Irene Catalina Fenoglio Limón
Secretaria de Investigación y Posgrado
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales
Universidad Autónoma del Estado de Morelos
PRESENTE

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis *Guía mínima de la eterna primavera* que, para obtener el grado de **Maestro en Producción Editorial**, presenta el alumno **Lic. Amaury René Sánchez Colmenares**, que considero que dicha tesis está **terminada** y que, en consecuencia, otorgo mi voto **aprobatorio** para que se proceda con su defensa puesto que el trabajo del Lic. Sánchez cumple con lo que se espera de una tesis de grado en un programa profesionalizante como la Maestría en Producción Editorial.

Sin más por el momento, quedo de usted



Dr. Rodrigo Bazán Bonfil
mped / ciih / iihcs / uaem

Universidad 1001, Chamilpa 62210, Cuernavaca, Morelos / (01-777) 329 7082

Cuernavaca, Morelos, a 16 de mayo de 2019

Dr. Rodrigo Bazán Bonfil
Coordinador de la Maestría en Producción Editorial
Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales
Universidad Autónoma del Estado de Morelos
PRESENTE

Estimado Dr. Bazán Bonfil:

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis "*Guía mínima de la eterna primavera*" que presenta el alumno

Amaury René Sánchez Colmenares

para obtener el grado de Maestro en Producción Editorial. Considero que dicha tesis está terminada por lo que doy mi **voto aprobatorio** para que se proceda a la defensa de la misma.

Baso mi decisión en lo siguiente:

El libro y la tesis son adecuados. Se trata de un producto pertinente y con unidad de sentido que cumplió con los objetivos planteados. Para llevar a cabo el proyecto, el alumno tuvo que solventar problemas de gestión de contenidos, todo lo cual logró sin menoscabo de la calidad del producto. La tesis y el producto cumplen los lineamientos establecidos.

Sin más por el momento, quedo de usted

Atentamente


Dra. Irene Catalina Fenoglio Limón