



Universidad Autónoma del Estado de Morelos

Instituto de Investigación en

Humanidades y Ciencias Sociales

Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades

*Una revista literaria digital (más) en Morelos planteada como  
una aprehensión de saberes y de lecturas críticas*

Tesis para obtener el grado de

**Maestro en Producción Editorial**

Presenta:

**Lic. Roberto Martínez Medina**

Directora:

**Dra. Lorena Sánchez Adaya**

Tutores:

**Dr. Agustín Rivero Franyutti**

**Mtra. Jade Nadine Gutiérrez Hardt**

Maestría en Producción Editorial

Cuernavaca, Mayo, 2022

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). Este trabajo se realizó con la beca que dicha institución otorga. Agradezco el apoyo obtenido durante el periodo 2020-2022.

*Si una persona está convencida de que un producto cultural no vale lo que una cerveza o una prenda de lujo, no hay precio lo suficientemente bajo como para persuadirla de probar aquello que no le gusta; de igual manera, cualquier incremento de la visibilidad de los productos culturales en línea puede verse como un exceso si no estamos acostumbrados a ellos, o si —peor aún— nos parecen estorbosos, o inútiles.*

ALBERTO CHIMAL, “LAS DEMASIADAS ARTES”

*En el mundo de las abstracciones, un lector es una persona autónoma, con criterio propio para escoger dónde clavar las pupilas[...] alguien que recurre con naturalidad y provecho a las palabras, impresas en papel o formadas en una pantalla [...] para entretenerse, educarse e informarse. Cabe esperar que esa persona idealizada, y por ello irreal, sea un ciudadano exigente, responsable, insaciable.*

TOMÁS GRANADOS, “DÍAS DE (OTRO) COMBATE...”

Agradezco a la Dra. Lorena por su apoyo y paciencia, a la Mtra. Jade por todo su apoyo y sus puntuales observaciones, al Dr. Agustín por su gran conocimiento de la lengua y a la Dra. Lydia Elizalde por encaminarme.

Especialmente agradezco a la Mtra. Zazi, quien siempre nos tendió la mano, y a mis compañeros: Julio, Caro, Manuel, Luis, Rebe.

---

## ÍNDICE

---

8	Introducción
12	Justificación
12	México
15	Morelos
16	Las expresiones literarias en la revista
18	Descripción del producto
19	Objetivos
19	Para el proyecto de tesis
19	Para el producto
20	Estrategia político-cultural
22	Justificación del nombre
24	Perfil del lector o usuario
27	Análisis del producto en relación con el mercado
27	<i>Metáforas al aire</i>
29	<i>El Tilcuate</i>
30	<i>Bitácora pública</i>
33	La revista Literaria <i>Monolito</i>
34	Revista <i>Marabunta</i>
36	<i>La pinche revista</i>
37	<i>Katabasis</i>
39	<i>Reververante</i>

42	<b>Contenido y estructura</b>
42	El tipo de textos que se encontrarán en la revista
44	<b>Secciones</b>
45	Literatura
45	Saberes
46	Convocatorias
46	¿Quiénes somos?
47	<b>Diseño</b>
47	Definición y justificación de la nomenclatura digital
47	Hexadecimal
47	Clases y nomenclatura bem, bootstrap5
52	Justificación de las herramientas
52	Cms: WordPress.org
54	<b>Dominio</b>
55	Alojamiento o Hosting
55	Certificado ssl
56	Justificación del logotipo
61	Monograma
62	Justificación del diseño tipográfico
64	Gandhi Sans
72	Justificación de la retícula
79	Justificación de la paleta de colores
81	Otros elementos de la composición
85	Primer tercio
86	Segundo tercio
87	Tercer tercio o footer
88	Bocetaje
90	<b>Derechos de autor</b>
90	Propiedad intelectual
91	Derechos de autor
92	Derechos morales y patrimoniales

95	Ejemplo de carta de cesión de derechos patrimoniales
97	Reserva de derechos al uso exclusivo
98	<b>Estrategia económica</b>
101	Primer escenario
102	Segundo escenario
104	<b>Distribución</b>
108	<b>Planeación técnico-organizativa</b>
109	<b>Cronograma</b>
109	Desarrollo del proyecto en la MPE (por mes)
110	Cronograma con la calendarización de la revista a partir del número 1
111	Estrategia teórico-organizativa
112	Intervención de los colaboradores por orden de trabajo y rol
113	Brevísimas semblanzas de los colaboradores
115	<b>Conclusiones</b>
117	<b>Referencias bibliográficas</b>
121	<b>Anexo 1: Manual de normas y criterios editoriales</b>
179	<b>Anexo 2: Formatos de dictamen</b>

---

## INTRODUCCIÓN

---

En los últimos años se sigue manifestando un aumento considerable en la oferta de pequeñas publicaciones periódicas digitales independientes que tocan temas e intereses bastante diversos. Así también, muchas publicaciones comerciales de mayor escala han aprendido a convivir con un mecanismo de oferta híbrida entre lo impreso y digital. Si se permite la licencia de enunciar una terrible generalización, esta variedad de productos editoriales debe estar además secundada por estrategias tecnológicas específicas que permitan una difusión extensiva y objetiva para que su público pueda interesarse, ya que de esto depende en gran medida que el producto prevalezca y se adapte en su entorno o que desaparezca en un medio de constante competencia.

Este *variopinto* mercado de espectadores que busca entretenimiento web de acceso abierto e inmediato provoca un nicho fructífero que, si bien no es ideal, sí numeroso para presentar diversos proyectos editoriales digitales cuyo fin primordial sea el de promover prácticas de lectura.

El mercado que se aterriza para fines de esta tesis es el de un público medianamente joven, caracterizado por tener al alcance del móvil de su bolsillo muchos contenidos destinados a satisfacer necesidades específicas de recreación social. Esta generación, denominada por algunos teóricos como *nativa digital* (Garzón 135) no solamente se conecta con sus dispositivos desde pequeños, sino que es capaz de utilizarlos con una destreza proporcional a la necesidad de mermar su curiosidad para encontrar discursos que lo complazcan al efectuar una constante discriminación de información en el mar de contenidos web.

Hace veinte años, el éxito de plataformas en *streaming* por suscripción tales como Netflix, Claro Video, Youtube premium o el mismo Facebook Watch era imposible de imaginar. La mayoría de estas plataformas en sus inicios buscaba contratos que le permitieran tener los derechos de transmisión de producciones



narrativas audiovisuales por cuya visualización el público estaría dispuesto a pagar. No obstante, con el paso de los años estas plataformas apuestan como rasgo distintivo ofrecer contenido exclusivo que les permita en singular atacar un mercado bastante específico para que en conjunto su catálogo pueda satisfacer una rama de gustos bastante amplia.

Otro caso que versa sobre la misma línea es la aparición de un grupo bastante heterogéneo de personas denominadas *influencers* o *streamers*: figuras socialmente visibles y reconocibles entre una generación mayoritariamente joven, cuyas conductas y vidas públicas en redes sociales, parecen dignas de aspiración y asimilación entre sus seguidores<sup>1</sup>. Este no es un fenómeno social nuevo, por supuesto, pero sí parte de una realidad observable que una fracción de la literatura especializada reciente en disciplinas humanísticas y de ciencias sociales está buscando analizar.

La consecuente imposición de un contenido mayoritariamente audiovisual entre jóvenes, acompañado de un código escrito que utiliza un léxico coloquial y estructuras lingüísticas “simples”, lejos de verse como un proceso que incrementa el “consumo indiscriminado de imágenes” y deja a un lado el “virtuosismo” del lenguaje debe verse en este producto como un fenómeno observable desde el cual montar una estrategia comunicativa digital apropiada que permita comunicar al discurso del producto con familiaridad hacia su público meta y proporcionarle entretenimiento.

En el caso específico del código escrito, se discute mucho el regreso hacia la práctica recurrente de la escritura en la que nos ha posicionado el manejo tecnológico de información. Se parte de la premisa de que los jóvenes escriben *más*, pero no precisamente *mejor*. Es decir, debido a necesidades comunicativas digitales ellos hacen uso del lenguaje escrito, pero no por ello ponen en práctica las normas correctas y lo expresan mejor. Utilizan un registro que tiene rasgos de oralidad en el que muchas veces y dependiendo del contexto del hablante no hay un rasgo

---

<sup>1</sup> Por supuesto los métodos de consumo y de reproducción ideológica que han llevado a esto no son para nada nuevos. Es propósito secundario de este trabajo actuar con conciencia histórico-social. No se propone teorizar nada nuevo, sino poder practicar una configuración coherente de rasgos formales y temáticos del producto editorial propuesto que tengan pertinencia en su contexto local de aparición.

genuino de corrección o edición del propio emisor para con su mensaje. Escriben Eres y Almeida:

Tradicionalmente, a los alumnos [...] se les enseñan las cuatro destrezas: oír, hablar, leer y escribir. En general, la gramática normativa es la base de la enseñanza de la modalidad escrita [...] Sin embargo, los textos producidos en los chats reúnen características de la lengua oral y de la lengua escrita [...] es perfectamente aplicable también al contexto que nos ocupa; además, las reglas de la gramática tradicional no siempre se respetan en los chats y hay que añadir, también, que el discurso en ese soporte electrónico es distinto a cómo se estructura el lenguaje oral y el lenguaje escrito. De esa forma, se puede decir que Internet ha creado una nueva modalidad, una nueva destreza; un lenguaje que no es ni totalmente oral ni totalmente escrito: se trata de otra modalidad, que posee características propias y muy específicas. Es evidente que Internet no es la responsable primera por el surgimiento de una modalidad escrita que intenta reproducir la oralidad [...] (156).

Los autores, párrafos adelante enuncian que el cambio ortográfico de determinadas palabras es parte de una moda lingüística bastante extendida en la comunidad hispanohablante. Estos rasgos específicos, como el uso constante de abreviaturas, son producto de un contexto comunicativo digital de inmediatez. Ellos sustentan su estudio con un corpus reunido por cuatro años en chats digitales entre los que se destaca el ahora poco utilizado portal *Yahoo*. Están a favor de un uso descriptivo de la norma, pero les es importante recalcar que “cada contexto determina cuál es el lenguaje que se debe usar y cómo” (Eres y Almeida 169).

Por su parte, artículos como el de Garzón (2016) van todavía un paso adelante y posicionan a la escritura en chats como una reconfiguración en el uso del lenguaje y como un género emergente, cuyo discurso

contiene texto imagen, audio y video, todo integrado en un soporte, lo cual es muy atractivo para los jóvenes [...] el objetivo de este texto es incitar a la reflexión sobre la relevancia de integrar a la escuela y al currículo las nuevas herramientas y aplicaciones tecnológicas como estrategias pedagógicas y

didácticas que resultan motivantes para los estudiantes, porque no son ajenas a su realidad, al contrario, pertenecen a su realidad [*sic*] y, por tanto, resultan ser muy significativas para ellos (139).

Es decir, apela a una corriente descriptivista que no busca recuperar la norma, sino que ve una legítima reconfiguración lingüística y comunicativa.

Sea cual sea el enfoque más cercano a la verdad: que al día de hoy se viva un verídico proceso de reconfiguración del lenguaje y nuevos géneros discursivos, o un código escrito con un acento dialectal y generacional producto de sus necesidades en un contexto comunicativo de inmediatez (o quizás una mezcla de ambos) objetivos de estudio que además sobrepasan por mucho los alcances de este escrito: la *Literatura* entendida como un texto comunicativo que busca a un receptor debería poder expresarse en un molde bien articulado que tenga un entendimiento y ejecute con dominio los recursos lingüísticos y narrativos posibles de la lengua en cuestión.

---

## JUSTIFICACIÓN

---

### *México*

Para fines de este trabajo, el rango de jóvenes, o de juventud en términos cuantitativos queda establecido de acuerdo con organismos como las Naciones Unidas (ONU) que entienden por jóvenes a una población de entre 15 a 24 años. Esta distinción es más que nada biológica y no toma en cuenta las particularidades del grupo. Por otra parte, el producto se dirige también a una población adulta emergente, que organismos como el Instituto Mexicano de la Juventud delimitan dentro de los 25 a los 29 años.

Desde un panorama bastante amplio, la juventud de México no parece mejorar en sus estándares de comprensión lectora en cada nueva evaluación estadística. En PISA 2015 de acuerdo con Caracas y Ornelas (23) el porcentaje obtenido por México de 423<sup>2</sup> en comprensión lectora<sup>3</sup> se debe a factores diversos

[...] aunque el de mayor peso se ubica en el entorno familiar, cultural y escolar de los alumnos: a mayor nivel cultural la capacidad lectora aumenta, mientras que el rendimiento lector tendrá una expresión baja cuando el nivel socioeconómico y cultural esté en la misma orientación (Hernández y Bazán, 2016). Ante esta circunstancia surge en el área de la lectura una teoría conocida como “efecto Mateo”, señalada por Keith Stanovich en 1986, que apunta que los niños que leen bien y tienen buen vocabulario continuarán leyendo

---

2 México en PISA 2018 obtuvo un porcentaje tres puntos abajo, de 420 en habilidad lectora.

3 El puntaje de 423 se traduce en un tipo de comprensión lectora en la que “los estudiantes pueden reconocer la idea principal en un texto, entender las relaciones entre sus partes o construir un significado dentro de una parte limitada del texto cuando la información no sea evidente; el lector debe hacer inferencias de bajo nivel” (Caracas y Ornelas 21) .

más y aprenderán más significados de palabras; por tanto, leerán cada vez mejor. En contraparte, los niños que tienen un reducido vocabulario, que leen lento y sin entusiasmo, leerán cada vez menos, tendrán un desarrollo de vocabulario escaso y un débil crecimiento de la habilidad lectora (Stanovich, 1986). (Caracas y Ornellas, 23-24).

Después de mostrar un compendio entre los principales resultados a estudios estadísticos que miden competencias entre estudiantes: EXCALE, PLANEA y por supuesto PISA los autores dejan ver que tampoco se trata de amedrentar a la preparación de profesores. La comprensión va más allá de entender el discurso que se esté leyendo, “es resultado de una lectura estratégica y autorregulada, que implica una lectura dirigida por un objetivo claro y reconocible, que favorecerá el ordenamiento del pensamiento y el uso del idioma” (Caracas y Ornellas, 25) ... para comparar y discutir jerarquizaciones presentes en otros textos, podría complementarse a la anterior aseveración.

Por otra parte, y de acuerdo con los principales resultados del módulo de lectura (MOLEC) realizado en febrero del 2020<sup>4</sup> entre personas de 18 años o más en México, con una muestra de 2,336 viviendas, existe un decremento general de 8.4% en la población lectora respecto al MOLEC 2016. El 72.4% de la población encuestada se considera lectora. Los resultados también arrojan que la causa principal de la lectura es el entretenimiento con 38.7%, seguido de trabajo o estudio con el 27.1% y 25.5% por cultura general. El 65.7% lee contenidos (blogs, historietas, páginas, foros) por internet y de ellos hay una ligera ventaja de hombres respecto a mujeres de apenas el 1.9%.

El tiempo que una persona le dedica a su sesión de lectura es de 36 minutos en promedio para alguien con educación básica o algún grado de media superior, respecto a 49 minutos para alguien con al menos un grado de superior. Un 24.1% dice comprender todo lo que lee mientras que el 58% de la muestra considera abstraer la mayor parte (el 14.1% la mitad y 3.8% acepta recuperar poca información).

En el escenario de las revistas, la causa de lectura es una vez más por entretenimiento con 31.1% y en cuarto lugar cultura general o temas de interés con el

---

<sup>4</sup> Tomado de <https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/487> el 21 de octubre del 2020.

25%. Un 65.5% de mujeres y un 56.2% de hombres respectivamente consiguen sus revistas de forma gratuita y sólo el 11.8% lee revistas nativas digitales. La ejecución de la lectura en el 76.9% de los casos se lleva a cabo en su domicilio particular<sup>5</sup>. Por otra parte, la mayor causa de la no lectura es la falta de tiempo con 43.8%, seguido de un 27.8% por falta de interés, o motivación (MOLEC 2020).

Es decir, en síntesis, la principal lectura sucede por entretenimiento, con contenidos gratuitos, y aunque existe una preferencia notoria por el consumo de contenidos impresos sobre digitales, si estos muestran un correcto tratamiento estético y visual pueden aumentar su expectativa de consumo.

A través de otros medios masivos de información se refuerza desde muchas instituciones la importancia de un correcto aprendizaje del código lingüístico escrito como parte de la formación del ciudadano. El proceso de formación lectora del mexicano es un reto que se asume como importante, pero que en la práctica necesita trabajarse mucho. Jóvenes quizás sufren las consecuencias de carencias en estas competencias cuando se enfrentan a procesos de selección de ingreso a nivel medio superior y sobre todo, superior.

Pasando al lado de los enunciantes, existen sin lugar a duda productos parte de una oferta en el mercado editorial que median el mensaje y promueven el gusto por la lectura. Estos además generan cierta demanda y promueven estrategias en constante desarrollo y reinención. Desde revistas como *Letras libres*, *Algarabía*, *México Desconocido*, *Cine premiere* o *Historias y relatos de México*, solo por mencionar algunas, ya con bastante trayectoria que promueven contenidos de divulgación. Como hijas menores de estas revistas también existe una gigantesca oferta de revistas independientes que quizás no disfruten de esa visibilidad, pero que igualmente compiten unas con otras en su mercado y que realmente buscan la única y primaria recompensa de ser leídas. Por mencionar solamente algunas están, *Quimera*, *El Buen Salvaje*, *Katabasis*, *Marabunta* o *La Pinche Revista* que promueven contenidos de creación literaria y de divulgación digital para México.

---

<sup>5</sup> Un dato interesante es que al 65% de los lectores englobados en la muestra declaró que su motivación para leer es que su madre les leía durante la infancia.

## Morelos

Aunque el producto no se enfocará únicamente en el mercado de este estado, debido a que al encontrarse en el medio digital, su recepción es bastante movible, es necesario señalar el contexto en la que este surge.

Morelos, al igual que muchos otros, es un estado fuertemente afectado y en crisis desde muy diversos ámbitos que coexiste con una realidad bastante pesimista fácilmente sobrepasada por lo que se la pueda describir desde cualquier texto. Las circunstancias que se viven en el Estado son fácilmente inferibles y se convive con ellas todos los días, forman ya parte de una tradición que quizás tristemente se ha adherido a la idiosincrasia, a una manera de hacer las cosas.

Morelos, solo por mencionar una de las causas más evidentes, tiene unos altísimos índices de violencia. La antropóloga morelense y maestra en Imagen, Cultura y sociedad Lourdes Eshlliny Flores Resendiz propone que “la manera en que se vive y se entiende la juventud responderá a la realidad” (200) y si la realidad es la que moldea a esta población de jóvenes deberíamos ya estar muy resignados a generar un mínimo motor de cambio. Sin embargo, se deben seguir intentando ejercicios renuentes en los que con un proceso comunicativo apropiado y eficiente a través de textos de ficción y no ficción pueda generar un interés minúsculo en ellos y quizás con un alcance pensado a una comunidad específica que promueva a la lectura no como un acto de erudición, sino de reflexión social.

Flores también apunta que “el sector que ha padecido más los embates de la violencia, no sólo en Morelos sino en todo México, ha sido indudablemente el de los jóvenes, ya que se han quedado en medio de una guerra que se vislumbra interminable entre el crimen organizado y el Estado. Han sido víctimas del sistema económico, político y de justicia”. La pregunta que queda es, ¿se puede concientizar a los jóvenes de una enunciación como la anterior desde un ejercicio literario? Claro que sí, y una vez resuelto el *cómo* a cargo de personas que se precien como autores, queda la gran incógnita editorial sobre *qué* características paratextuales específicas y de “libro-objeto” deberían ejecutarse para motivar primero el consumo de una determinada lectura y en el mejor escenario, el breve atisbo de como se ha dicho antes, una comprensión lectora.

De acuerdo con un informe de la UNESCO (2018) *La lectura en la era móvil, un estudio sobre la lectura móvil en los países en desarrollo. Una mirada desde México*: “existen más teléfonos celulares que letrinas en el mundo”<sup>6</sup>, y en el país no es distinto, pues “a mediados del año 2015, el 14.5% de la población tiene una tableta y existen 64.4 millones de *smartphones*, lo cual representa un gran potencial en términos de población con capacidad de acceder a libros electrónicos.”(Piedras, 2015)<sup>7</sup> Para una población total de 121.01 millones en 2015, y estimada de 129.09 millones en el 2020; las posibilidades para manifestar discursos cohesionados en digital se vuelven a hacer evidentes. Como se ha dicho antes no como un mercado ideal, pero sí numeroso y recientemente explotado.

### *Las expresiones literarias en la revista*

La literatura juvenil tiene algunas áreas grises. Una de ellas, quizás la más problemática<sup>8</sup>, es el hecho de que no se distingue un rango específico de edad en la cual delimitar a sus usuarios. Si alguien se dignara a profesar una proposición concreta con total seguridad estaría profiriendo un determinismo poco generoso. Una acepción casi tautológica define además a la literatura juvenil como aquella que conecta a la infantil con la “adulta”.

Estos vagos términos son sustituidos por textos con enunciaciones teóricas que comienzan a llevar a elementos constantes y dirigir los pasos no a un *qué*, sino a un *cómo*. Dicho de otra manera, los temas tratados en la literatura juvenil pueden llegar a ser casi los mismos que los de la ficción “adulta”, pero en ésta, el tema recibe un tratamiento más lineal.

6 Sanza, Nuria. Tomado de <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Mexico/miradamexico.pdf> el 12 de octubre del 2020.

7 Piedras, Ernesto. Tomado de <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Mexico/miradamexico.pdf> el 12 de octubre del 2020.

8 La segunda área más problemática, tendría que ver con una que rige en general a todo tipo de literatura: el estándar de calidad. Se incita a que los jóvenes deberían de leer por todos los medios a por ejemplo, *La más farandulera* de Mónica Lavín o *La noche en la Zona M* de Alberto Chimal, por encima de cualquier novela de Paulo Coelho. Pero Coelho sigue ganando la carrera.



El producto editorial propuesto se dirige, si es permisible el término, a una literatura juvenil “tardía”. Es decir, a una que explore temas prácticamente “adultos”<sup>9</sup>, esmerándose en mantener un tratamiento apropiado para su lector, y un diseño claro que transmita valores cohesionados, que sea consciente como se ha dicho párrafos antes, del tipo de textos que los jóvenes consumen y haciendo uso del contexto comunicativo al que ellos están acostumbrados.

Para terminar, se coloca una imagen con los mandamientos de la literatura juvenil fijados por la revista digital española *El Templo de las Mil Puertas*. Este texto a pesar de no tener un origen académico, está bastante bien pensado y da pistas sobre la precisión con la que se debe proponer un producto editorial independiente que busca sobrevivir y generar su rentabilidad con este tipo de usuarios.



Entre ellas se destaca que la literatura juvenil es “la que mejor aprovecha de las oportunidades de la red”, “no es inmadura”, “tiene identidad propia y no se le puede agregar siempre con la infantil o la adulta”, “no es sólo para jóvenes”, y se define por muchos más parámetros “que la edad de sus protagonistas”.

Imagen 1. El templo de las mil puertas mandamientos. Tomado de <https://www.comunidadbaratz.com/blog/las-10-proclamas-del-manifiesto-de-la-literatura-juvenil/> el 12 de octubre del 2020.

9 Con el cierto grado de vaguedad que ello conlleva, ¿es realmente posible delimitar en todo aspecto los temas de la creación literaria adulta?

---

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

---

*Softextos* es una revista literaria y de divulgación digital de periodicidad semestral enfocada en un público mayoritariamente joven de 21 a 27 años, diseñada como un sitio web responsivo que funcionará como un repositorio y plataforma viable desde la que se pueda encontrar contenido relevante entre uno y otro número, en el que se hará un uso consciente de la imagen para conseguir una estética amena y dinámica que se preocupe por la comodidad y utilidad de los usuarios interesados en esta publicación.

---

## OBJETIVOS

---

### *Para el proyecto de tesis*

Editar una revista digital que tome en cuenta las prácticas de consumo de un público joven.

#### **Objetivos específicos**

- a) Ofrecer testimonio del trabajo realizado en el proceso de edición: desarrollo de logística, diseño y capacitación con el software y uso de lenguajes (HTML5, CSS 3, PHP y Javascript) así como el framework bootstrap5.
- b) Generar un documento de utilidad para quienes incursionen en otra aventura editorial de esta naturaleza.

### *Para el producto*

Promover un ejercicio de lectura breve.

#### **Objetivos específicos**

Comunicar desde textos breves diversos conocimientos, así como reflexiones sobre aún más diversos temas a jóvenes y jóvenes adultos de 21 a 27 años.

Para lo anterior es importante que forma y fondo del producto tengan pertinencia con la realidad comunicativa que habita el público meta.

## ESTRATEGIA POLÍTICO-CULTURAL

Antes de sacar a la luz un proyecto editorial (incluso antes de poner empeño en su planeación), este debe cumplir con pertinencia y alcance suficiente. En párrafos anteriores se abordó la necesidad de aumentar la oferta de productos culturales en Morelos, además de las facilidades que otorga la web. En el apartado siguiente, en el que se define *el perfil del lector* se habla de un usuario nativo digital, de entre 21 a 27 años con rango socioeconómico C- de acuerdo con el AMAI 2020. El cual tiene internet fijo en el 52% de los hogares, expresado como un público numeroso, pero acostumbrado a una lectura hipertextual de corta duración.

Se siguió el siguiente flujo de trabajo para la presentación del producto. Todos los ejes son igual de importantes y algunos se trabajaron en simultáneo. Como puede verse, una de las primeras cuestiones fue gestionar los contenidos mediante una convocatoria en exclusivo soporte digital.

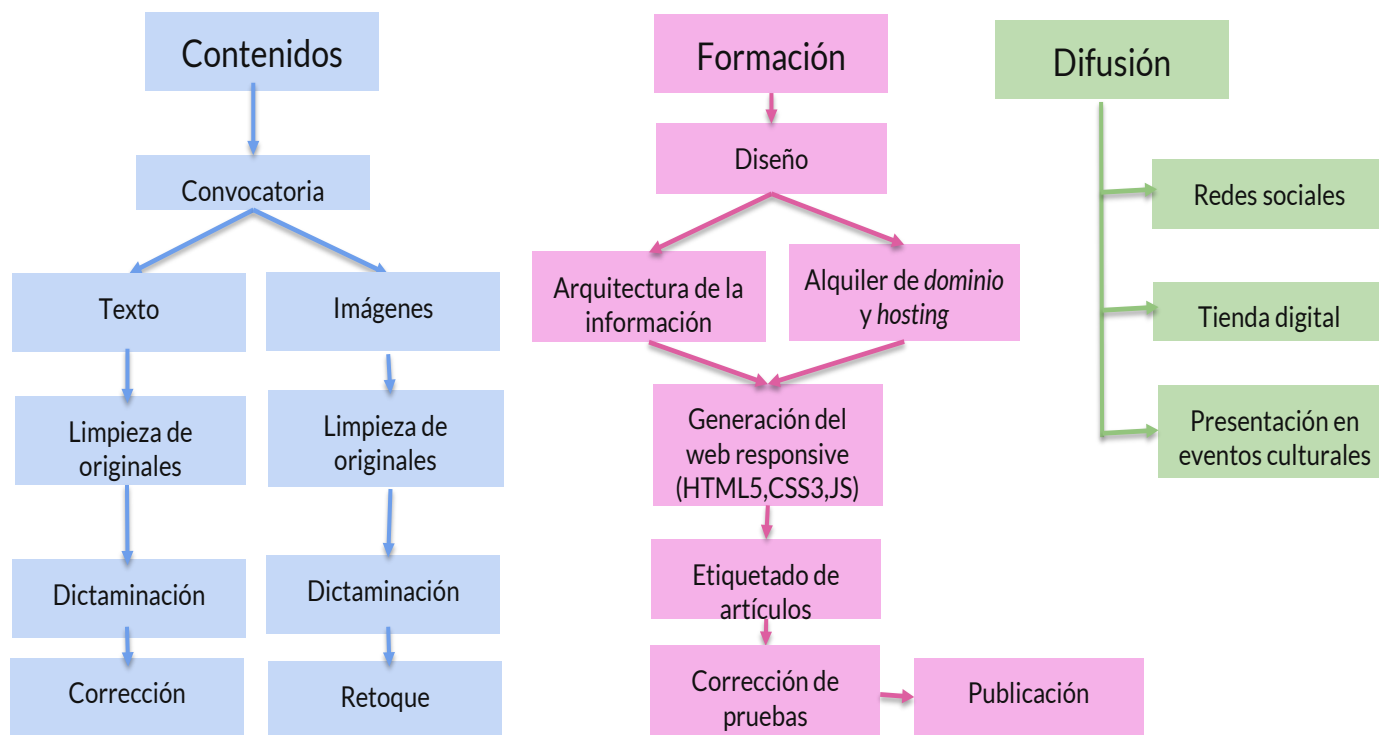


Imagen 2. Flujo de trabajo. Elaboración propia.

En este proceso se siguió un proceso de recepción con autores diversos y posteriormente, de dictaminación con un comité editorial experto conformado por tres académicos. Para ese momento se estaba ya buscando proveedores de servicios (alojamiento, dominios, apoyo profesional en el diseño web del sitio) cuya cotización se ajustara al presupuesto inicial y cuya intervención fuera acorde al objetivo central del producto.

Se necesitaron varias herramientas no contempladas al inicio: un gestor de contenidos o CMS, varios *plugins* gratuitos y algunos otros de pago, así como las llamadas *templates* que otorga el gestor de contenidos que hacen más empática y fácil la construcción de un sitio a los no-programadores. Todo para que al subir los artículos aceptados, estos tuvieran una visualización llamativa en formato responsivo, y explotar más la maquetación líquida.

No obstante, el último eje (el de la difusión y estrategias de divulgación concreta) es, en una opinión personal, la herramienta principal para visibilizar e incentivar el acto de lectura al que debe aspirar la revista. Es por eso que en los apartados siguientes se hace mucho énfasis en ello.

---

## JUSTIFICACIÓN DEL NOMBRE

---

*Softextos* es el nombre de una revista literaria de periodicidad semestral. El nombre se ha escogido por lecturas y connotaciones que se cree pueden inferirse desde varios niveles lingüísticos. Se trata como bien se observa de un neologismo. La primera parte es un adjetivo, que tiene su origen en la lengua inglesa: *Soft*, cuya definición de acuerdo con el diccionario Oxford<sup>10</sup> es “not hard, and easy to press” y sus principales acepciones traducidas al español se enuncian en el siguiente orden: blando, suave, dulce y tenue. Como se dijo, pertenece a la categoría gramatical de adjetivo y ha sido un anglicismo bastante productivo en el idioma español que se ve cada vez más como partícula utilizable. Es parte de términos como *Software* que en el español actual es un préstamo recurrente en ciertos ámbitos y debido a su convivencia con el medio digital existe una naciente extensión de su significado como palabra que remite precisamente a este medio.

Sin afán de seguir motivando más al *spanglish*, este adjetivo funciona como un delimitante para el consecuente sustantivo ‘textos’, que de acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española<sup>11</sup> es una palabra con una raíz culta proveniente del latín *textus*, “propiamente, trama, tejido”. Y cuyas principales acepciones son:

1. m. Enunciado o conjunto coherente de enunciados orales o escritos.
2. m. Pasaje citado de una obra escrita u oral.
3. m. por antonom. Sentencia de la Sagrada Escritura.
4. m. Todo lo que se dice en el cuerpo de la obra manuscrita o impresa, a diferencia de lo que en ella va por separado; como las portadas, las notas, los índices, etc.

---

<sup>10</sup> Tomado de <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-spanish/soft?q=SOFT> el 22 de octubre del 2020.

<sup>11</sup> Tomado de <https://dle.rae.es/texto> el 22 de octubre del 2020.

5. *m.* libro de texto.

6. *m.* Impr. Grado de letra de imprenta, menos gruesa que la parangona y más que la atanasia.

Resultan ilustrativas las acepciones uno, dos y sobre todo la cuarta, puesto que bajo esta definición el *texto* es también la imagen, el sonido indexado, el clip, el gif o el mono que contribuye a construir el significado del discurso.

En una lectura semántica, este neologismo podría predisponer al lector a encontrarse con un conjunto de textos sobre todo “suaves” y apropiados para su conocimiento del mundo, pero no sin ofrecerle algo nuevo. En su libro de carácter fundacional para la edición en México, Gerardo Kloss propone que “la experiencia de lectura más gratificante suele ocurrir cuando el libro se acerca a lo que el lector conoce y espera, pero a partir de ahí lo va llevando hacia lugares y argumentos nuevos que le presenten retos cognitivos interesantes” (17).

---

## PERFIL DEL LECTOR O USUARIO

---

La revista está dirigida a un público mayoritariamente joven que transite en su formación en licenciatura, de sexo y género indefinido. Se estableció el rango tentativo de 21 a 27 años con un rango “C-” o superior de acuerdo con la regla de la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI 2018)<sup>12</sup> que sigue vigente para el 2020.

Lo anterior se respalda además con la primera iteración de una encuesta anónima con proyección morelense de creación propia elaborada a través de *Google Forms* que llevó por título “Breve encuesta sobre lectura digital”. La encuesta se aplicó a una muestra de 106 jóvenes de medio superior y universitarios divididos en dos grupos: los que iban de 15 a 20 años y los de 20 a 25. Se invitó a estos jóvenes a responderla a través de redes sociales, y gracias a la ayuda de una colaboradora, se consiguió la participación de un grupo escolar de nivel medio superior. Este primer resultado demostró que la muestra en su mayoría lee *frecuente*mente.

Debido a esto, los resultados no reflejan una muestra silvestre de población, sino más bien a una que es ampliamente lectora. De no tomarlo así se caería en una heurística de la disponibilidad y tomar decisiones con base en lo que se ve y no en lo que de hecho es. Dicho de otro modo, la población de la muestra es en general lectora habitual, pero esto no quiere decir que los jóvenes de esa edad lean *frecuente*mente.

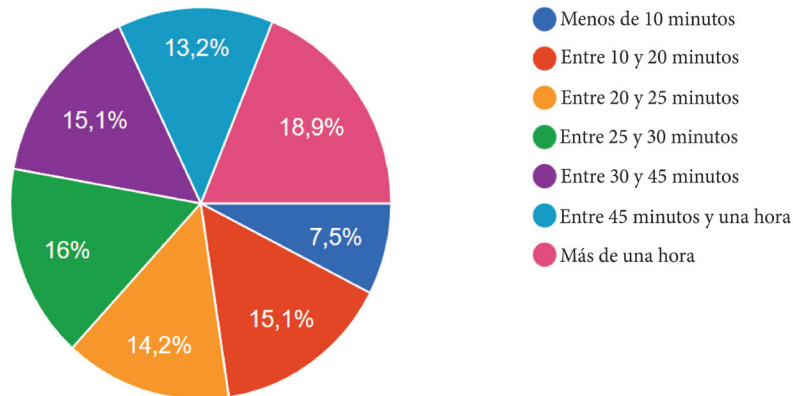
Pese a esto, quizás los resultados de la encuesta sí pueden ser una guía para entender preferencias de un grupo de jóvenes (y ya no tan jóvenes) lectores. Solo así se explica por qué el género más leído de acuerdo con la muestra sea la

---

<sup>12</sup> Tomado de [https://nse.amai.org/wp-content/uploads/2018/04/REVISION\\_AMAI\\_2018\\_v2.pdf](https://nse.amai.org/wp-content/uploads/2018/04/REVISION_AMAI_2018_v2.pdf) el 24 de septiembre del 2020.



“Novela”<sup>13</sup>, seguido “Cuento o relato” y en tercer lugar las “noticias de carácter general y reseñas”.



**Imagen 3.** Resultados encuesta lectura digital. Elaboración propia.

Esta encuesta también determinó la duración de la sesión de lectura en digital que sucede “por entretenimiento” de la siguiente manera.

El anterior gráfico indica que el 20% lee más de una hora en digital, en su mayoría personas de la muestra de 20 a 25 años. Este ejercicio prolongado de lectura no es casual, sino producto de su situación escolar universitaria. La segunda duración de lectura más popular es de 20 a 25 minutos.

Sobre las preferencias de géneros temáticos de lectura, los resultados quedaron de la siguiente manera: lo que más se lee es “romance, drama y melodrama”; seguido de “ciencia ficción y fantasía”; en tercer lugar, el género “Noir y de detectives”; en cuarto el “terror y horror” y hasta quinto lugar aparece “Ritos costumbres y tradiciones”. Las demás categorías quedaron bastante más relegadas.

Por su parte el AMAI expresa que estos jóvenes con rango “C-” cuentan con internet fijo en el 52% de sus hogares<sup>14</sup>, pero en su día a día, buscan conectarse por razones escolares o recreativas desde otros lugares, así como dispositivos móviles. Además de los rasgos socioeconómicos se considera dirigida a un público que tenga una mínima preocupación por el gusto estético del lenguaje y que busquen

<sup>13</sup> Es decir, novela Juvenil y *Best seller*

<sup>14</sup> Tomado de <https://nse.amai.org/niveles-socio-economicos/> el 24 de septiembre del 2020.

una lectura ligeramente retadora aun cuando ellos no lo sepan (otro resultado de la encuesta demostró que la principal condición para consumir textos literarios es que genere una incertidumbre en un momento muy temprano de la lectura de no saber que es lo que va a seguir en la diégesis, fábula, o lo que comúnmente en diversos públicos se entiende como “trama”).

Esta revista está dirigida principalmente a jóvenes de ese rango de edad que estén estudiando alguna carrera relacionada con humanidades, artes o ciencias sociales, pero no se debe caer en un optimismo ingenuo, aún con ello la interactividad debe quedar en primer plano.

Las entradas a artículos buscan además ser episódicas, es decir, párrafos atrás el MOLEC con muestra de febrero 2020 estableció que el ejercicio de lectura promedio para alguien con formación superior es de poco más de media hora. Dicho esto, la lectura de la revista no debe ser lineal y completa, sino con fragmentos de interés específico y segmentada desde su composición, arquitectura y disposición para facilitar su consumo en el sitio web.

El acceso al contenido es gratuito y de libre acceso, la monetización se conseguirá mediante publicidad de banners en el producto detallada capítulos adelante.

---

## ANÁLISIS DEL PRODUCTO EN RELACIÓN CON EL MERCADO

---

En el mercado morelense, y por cercanía geográfica se encuentran:

### *Metáforas al aire*

Fundada como una revista semestral por estudiantes de humanidades de la UAEM en 2017 y con cinco números publicados para octubre del 2020, esta revista no es enteramente literaria, pero sí una competencia directa del producto por su condición geográfica. Busca promover literatura e investigaciones emergentes de jóvenes, cuenta con un formato de salida en Issuu<sup>15</sup> como pdf interactivo y una página electrónica anexada a revistas UAEM.

**Título:** *Metáforas al aire.*

**Editora:** Allison Magali Cruz Aparicio.

**¿Quién publica?** Autores y estudiantes de humanidades que busquen dar sus primeros pasos en creación literaria e investigación humanística.

**¿A quién va dirigida?** A estudiantes jóvenes de humanidades y carreras afines.

**Años activa:** 2017 en adelante.

**Semejanzas:** Busca difundir creación literaria y además al ser dirigida por estudiantes de licenciatura en Letras se nota una semejanza en el enfoque desde

---

<sup>15</sup> Issuu es una plataforma web surgida en 2007 que permite subir material digitalizado en línea, entre otras funciones, convierte a pdf estáticos en interactivos y *flip book*. Esta plataforma restringe ciertas acciones del usuario sobre el texto, y en 2009 fue catalogada como una de las mejores webs del mundo.

el cual se abordan los contenidos: exclusión, memoria, poder, resistencia, entre otros.

**Diferencias:** Busca también difundir investigación, se siente más que nada dirigida a una comunidad estudiantil superior de humanidades, no a un público de

Análisis del producto en relación con el mercado

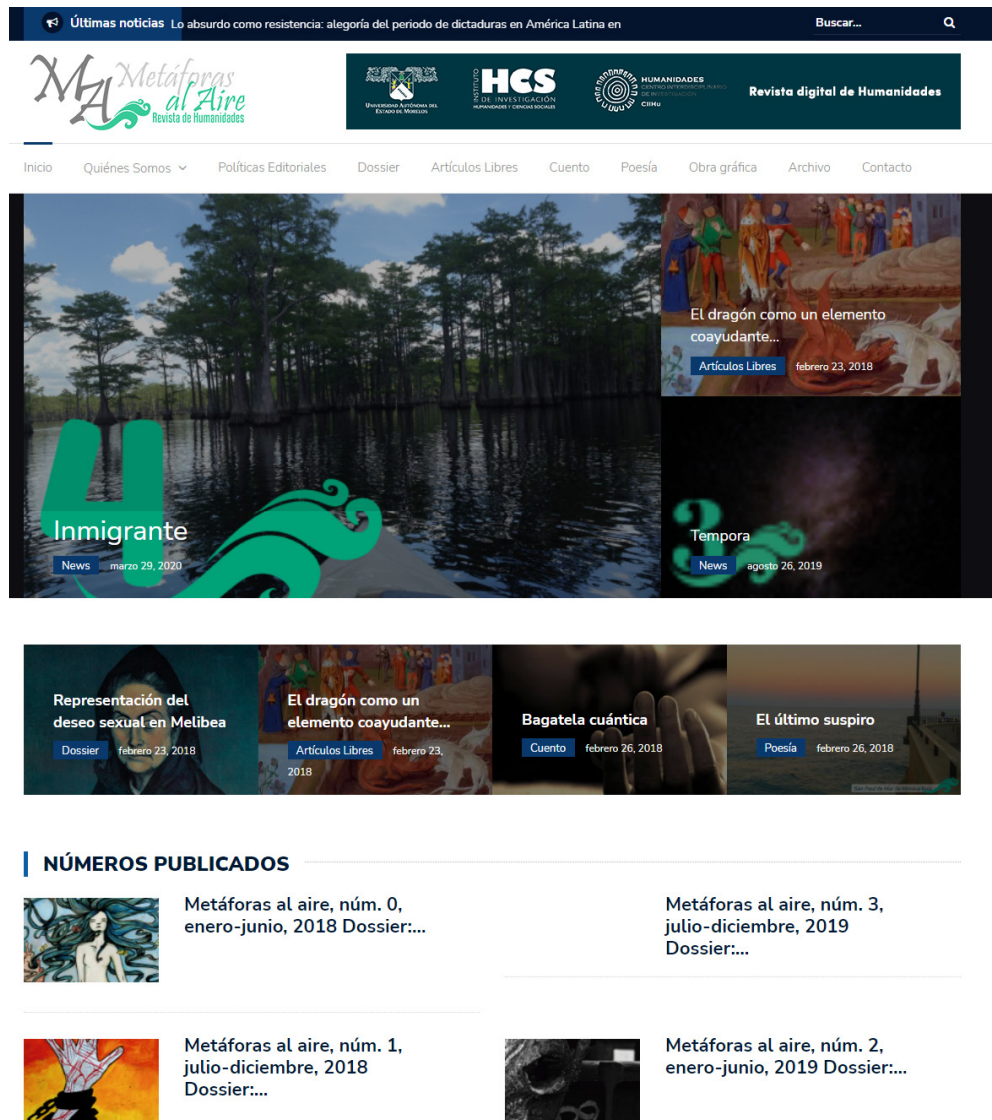
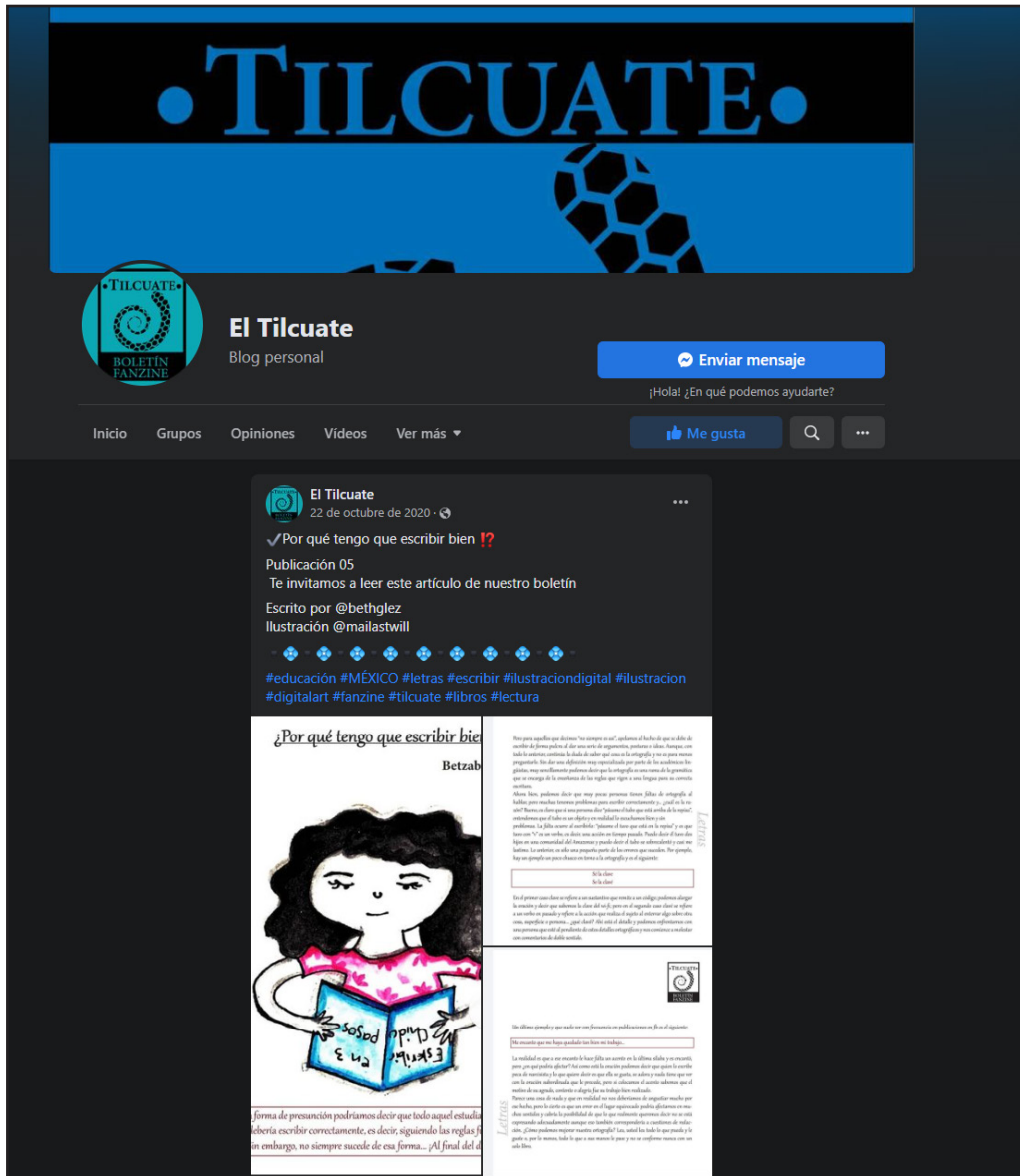


Imagen 4. Home *Metáforas al aire*. Tomado de <http://metaforas.uaem.mx/> en marzo del 2022.

esa edad que esté mínimamente interesado en recreación literaria. Dicho de otro modo, está dirigida a un público un poco más especializado que el del proyecto.

## El Tilcuate



Análisis del producto en relación con el mercado

Imagen 5. Página de facebook El Tilcuate. Tomado de <https://www.facebook.com/people/El-Tilcuate/100045734059062/> en marzo del 2022.

Se trata de un fanzine-boletín digital mensual creado en Morelos que adorna su nombre con la ya casi mítica serpiente que de acuerdo con la tradición oral puede lactar del pecho materno. Al día de hoy ha producido cinco números de forma un poco irregular, al ser un fanzine tiene menos formalidad que una revista y su sitio web está en bastante desuso. Se puede consultar y descargar como pdf sobre todo a través de enlaces en Google drive. De acuerdo con su descripción busca dar conciencia de problemas sociales a “la población en general” a través de un lenguaje que pueda ser fácilmente comprendido. Su número cero salió en junio del 2020.

**Título:** *El Tilcuate*.

**Editores:** Jorge Hernández y Emily González.

**¿Quién publica?** Autores casi fijos en cada número que publican notas periodísticas de diversos temas.

**¿A quién va dirigida?** De acuerdo con sus lineamientos, al público en general.

**Años activa:** 2020.

**Semejanzas:** Intenta formar una opinión en su público sobre fenómenos sociales diversos.

**Diferencias:** la intención de sus editores es buena, pero le hace falta una mejor revisión a los textos que la conforman. Tienen poco cuidado editorial y tampoco pasan por un proceso de dictaminación. Comparte parcialmente parte del objetivo del producto, pero se espera de *Softextos* una estrategia diferente de divulgación y que pueda tener una mayor repercusión, así como que se pueda especificar mejor el público al que se dirige.

### ***Bitácora pública***

Esta publicación al parecer ha disminuido su presencia en el campo digital y sin poder afirmarlo, también en el medio impreso. No puede encontrarse nada sobre ella después del 2018. Fue fundada por Ricardo Venegas quien tiene una gran

importancia en el ámbito cultural morelense además de su propio sello editorial: *Eternos Malabares*.

Es una revista cultural y literaria que contó con la participación de escritores reconocidos y llegó a ser tirada con más de mil ejemplares en el medio impreso. Su consulta en el medio digital puede hacerse a través de Issuu como pdf con números desde el 1 al 22 (el que al parecer fue el último, en 2018), su extensión aproximada era de 28 páginas.



Imagen 6. Portada *Bitácora pública* núm. 15. Tomado de [https://issuu.com/bitacorapublica/docs/bit\\_\\_cora\\_p\\_\\_blica\\_15](https://issuu.com/bitacorapublica/docs/bit__cora_p__blica_15) en mayo del 2021.

**Título:** *Bitácora pública*.

**Editor:** Ricardo Venegas.

**¿Quién publica?** Publicaron diversos autores, la mayoría de ellos para nada emergentes hoy: Alberto Chimal, Raquel Castro, el mismo Venegas y muchos otros como José Agustín, además de autores extranjeros. Estos autores poseían cierta trayectoria entonces la que no ha hecho sino agrandarse. Era una gran publicación para Morelos.

**¿A quién va dirigida?** Se podría inferir que va dirigida a una comunidad con una escolaridad alta, ya que, aunque en sus lineamientos se recalca que buscaban ante todo difundir e incentivar prácticas de lectura crítica, los temas tratados son bastante propios de la academia. Entre ellos temas de intertextualidad y de reflexión política por demás bastante interesantes, pero que ciertamente no consiguieron números de lectura tan favorables.

**Años activa:** 2015-2018.

**Semejanzas:** De acuerdo con un artículo que puede leerse en su indexación a una página gubernamental de revistas de Arte y Cultura<sup>16</sup>, esta publicación está

centrada en la difusión de la cultura que fomenta la crítica como formadora de conciencia social. Ante un panorama en el que la incertidumbre se adueña de la vida cotidiana, [...] propone una escala en la reflexión y en el análisis del status en que Morelos y el país se encuentran. Tanto las artes, la cultura, el análisis social, el tema jurídico y el sociológico [...] estas páginas que se ofrecen pioneras en el impulso a la reflexión en el estado a través de las múltiples disciplinas que nos reúnen. Esta agenda, entonces, también es una reunión para el debate que busca la claridad y respeto al disenso del otro. (2018)

**Diferencias:** La primera y más notoria es que esta revista habitó mayoritariamente el medio impreso. Aunque esto no representó un impedimento para que pueda consultarse como pdf no descargable desde Issuu.

<sup>16</sup> Tomado de [https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=revista&table\\_id=716](https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=revista&table_id=716) el 25 de noviembre del 2020.



La segunda diferencia es que el editor consiguió la participación de muchos autores reconocidos. Esto difícilmente podrá ser una meta realista para el producto en un futuro cercano.

La tercera que convendría señalar es que se espera abrir un poco más el carácter de *Softextos* y no concebirse como una publicación literaria de carácter “serio” debido a que debe apuntar a un mercado que todo el tiempo está discriminando información en un soporte con mucha oferta, y si a eso se le suma el hecho de autores emergentes, se deben pensar estrategias editoriales de difusión extensivas.

En el contexto de otras producciones mexicanas pueden encontrarse:

### ***La revista Literaria Monolito***

Es una revista digital de literatura y arte nacida en 2012. Algunos de sus colaboradores son de Morelos. En la descripción desde su página de Facebook puede leerse, “[la revista] nació con una idea clara: la urgencia por acercar la literatura a todos, para desmitificarla, y para que a la gente que entiende por libro algo inalcanzable y difícil, se dé cuenta que no lo es.”<sup>17</sup> Cuenta con casi diez mil seguidores en su página en Facebook y para octubre del 2020 ha optado por subir sus artículos dentro de su sitio web, tal como todos los ejemplos siguientes y mil más.

**Título:** *Monolito. Revista de Literatura y Arte.*

**Editor:** Juan Mireles.

**¿Quién publica?** Esta revista busca la participación de autores noveles cobijados por autores con más trayectoria, de acuerdo con la información disponible.

**Años activa:** 2012 en adelante.

**Semejanzas:** Se busca descentralizar la lectura y desmitificar el libro.

---

<sup>17</sup> Tomado de <https://www.facebook.com/RevistaLiterariaMonolito/> el 11 de octubre del 2020

**Diferencias:** La revista publica contenidos diversos, solo ha habido pocos números temáticos, no se trata en ella la narración gráfica. No es necesariamente para jóvenes.



Imagen 7. Home Monolito. Tomado de <https://www.revistaliterariamonolito.com/> en mayo del 2021.

## *Revista Marabunta*

Es una revista que para octubre del 2020 está por publicar su decimoséptimo número y cursa su sexto año de vida. Publica creación literaria emergente y artes plásticas, así como la oferta cultural de diversos estados del país de manera muy general. Tiene un estilo de humor ácido y juvenil. Su página de Facebook cuenta con 107 mil seguidores.

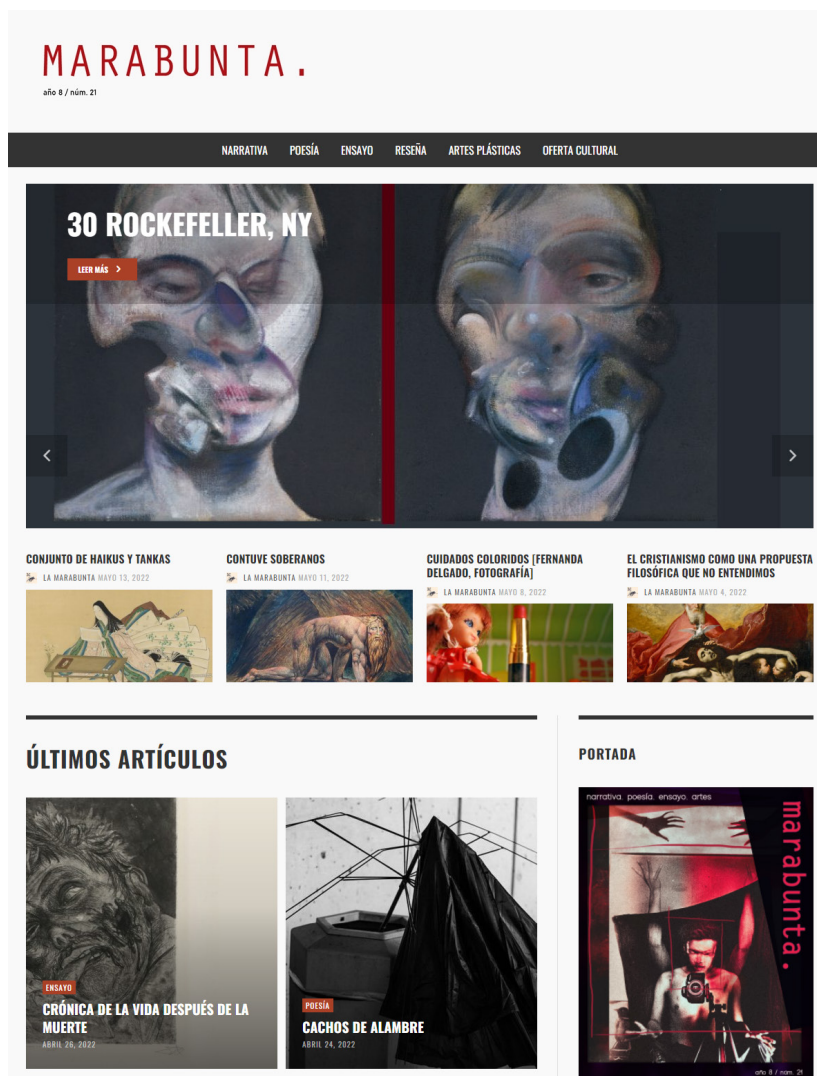


Imagen 8. Home Marabunta. Tomado de <https://revistamarabunta.net/> en mayo del 2021.

**Título:** *Marabunta*.

**Editor:** No es público. Quieren apelar a una colectividad.

**¿Quién publica?** Se busca la participación de autores noveles.

**Años activa:** 2014 en adelante.

**Semejanzas:** Se podría decir que la revista manifiesta un perfil crítico con la sociedad. En ella se habla de temas de actualidad y ha conseguido posicionar su

opinión como una que importe a cierta comunidad. Recientemente su equipo editorial tuvo un roce con el presentador de noticias Javier Alatorre de televisión azteca por una violación a los derechos de uno de sus reporteros.

**Diferencias:** No se publica narración gráfica como categoría exclusiva todavía. Se considera que es una revista con rastros juveniles, pero dirigida a personas con una mayor formación y que tienen ya una conciencia política bien establecida. No obstante, logran un impacto mediático en sus lectores y hacen un buen manejo de conceptos y referencias que posicionan a su contenido como uno de postura abierta y no sólo dirigido a determinado sector “intelectual”.

### *La pinche revista*

Nacida en 2013, ahora con poco más de siete mil seguidores en Facebook, publica literatura emergente y es quizás todavía más sugerente que *Marabunta* en el discurso visual que arroja. Tiene una actividad constante en redes sociales con sus



Imagen 9. Home *La pinche Revista*. Tomado de <http://www.lapincherevista.com/> en mayo del 2021.

seguidores y además tiene la sección de “fonema”, desde la que sus autores publican poesía sonora acompañada de imágenes desde un formato MP4 que se sube a Youtube, disponible por un hipervínculo desde su página.

**Título:** *La pinche revista*.

**Editores:** Omar Suárez, Miguel Flores, Javier Velázquez.

**¿Quién publica?** Se busca promover literatura emergente de jóvenes creadores.

**Años activa:** 2013 en adelante.

**Semejanzas:** Buscan promover obra literaria emergente y hacen uso de un diseño bastante profesional en su página web. Logran irónicamente con un discurso tan sugerente e incluso cínico una aceptación en un sentido editorial bastante acertada.

**Diferencias:** La revista publica contenidos demasiado diversos unos de otros, solo ha habido pocos números temáticos, no se trata en ella la narración gráfica, sino más bien atisbos de la audiovisual.

## *Katabasis*

Utilizan un vocablo proveniente de la cosmovisión griega que expresa un descenso a un rincón particular. En la sección editorial de su número cero (llevan diez números publicados hasta el momento) puede leerse:

En una época en la que emprender proyectos editoriales es casi significado de pérdidas; cuando existen muchas páginas literarias, revistas, blogs, foros literarios en la web; cuando las estadísticas indican que casi nadie lee; en un contexto en el que la producción de revistas impresas es casi un lujo financiero, la katabasis tendría ese significado de fracaso. Descendemos, caemos en un proyecto que pareciera difícil de sobrevivir. Sin embargo, el equipo de Katabasis está lleno del único requisito con el que nació la revista: la pasión por difundir la literatura.<sup>18</sup>

<sup>18</sup> Tomado de <https://katabasisrevista.com/2019/04/05/ano-o-no-12019/> el 18 de octubre del 2020



## Último Número



Imagen 10. Home *Katábasis*. Tomado de <https://katabasisrevista.com/> en noviembre de 2021.

**Título:** *Katabasis*.

**Editor:** Mario Pantoja.

**¿Quién publica?** Busca promover literatura de creadores emergentes y artículos de investigación no académicos. Tiene un equipo dedicado a hacer comunicación audiovisual (audiocuentos, e intertextualidades de la literatura entre cine, videojuegos o anime).

**Años activa:** 2019 en adelante.

**Semejanzas:** Ha logrado producir un contenido multimedial que difunde desde diversas plataformas como Instagram, Youtube y el mismo Facebook Watch. En

su página web puede encontrarse una sección de saberes y otra de actualidad, aunado a la creación literaria y a la difusión.

**Diferencias:** Es una revista que a pesar de tener poco tiempo en el mercado, en comparación con otras publicaciones de este listado, ha diversificado sus contenidos y conseguido un verdadero equipo editorial. La principal diferencia es que *Softextos* preferirá la calidad sobre la cantidad, y aunque quizás el contenido no sea tan numeroso con el de *Katabasis* buscará de igual manera diversificarse (no temáticamente sino con trasladar contenido a otros soportes).

## Reverberante

Dicen no ser una revista literaria sino una de cultura general. Pero publican sobre todo literatura emergente y acaban de publicar su primer libro con su sello editorial: *En la cuerda floja* de Leopoldo Orozco (un libro autoral de minificciones) en octubre del 2020. Además, promueven talleres online por suscripción y tienen una tienda digital.



## Blog

**Imagen 11.** Home eververante. Tomado de <https://reverberante.com/> en julio del 2021.

**Título:** *Reververante*.

**Editor:** José Luis Zapata.

**¿Quién publica?** Se busca promover literatura emergente y estudios humanísticos de jóvenes académicos.

**¿A quién va dirigida?** A un público de académicos, lectores y jóvenes escritores.









**Años activa:** 2019 en adelante.

**Semejanzas:** Los colaboradores de la revista publican obra gráfica además de literaria. Tienen una tienda digital, lo que también se espera lograr con *Softextos*.

**Diferencias:** Ofrecen talleres sobre creación literaria y escritura académica. Ahora han iniciado con su colección de narrativa y poesía bajo su sello editorial.

Expresada de la siguiente manera y tomando solamente a las revistas digitales, la información anterior quedaría expresada de la siguiente manera:



REVISTA								
¿Muestra sus artículos en html responsiva?								
¿Se encuentra activa?								
¿Publican autores emergentes?								
¿Está dirigida a jóvenes?								
¿Es de libre acceso?								
¿Sigue un proceso de dictaminación?								

Sí



No



---

## CONTENIDO Y ESTRUCTURA

---

### *El tipo de textos que se encontrarán en la revista*

**Narrativa:** cuento, fragmento o capítulo de novela y minificción.

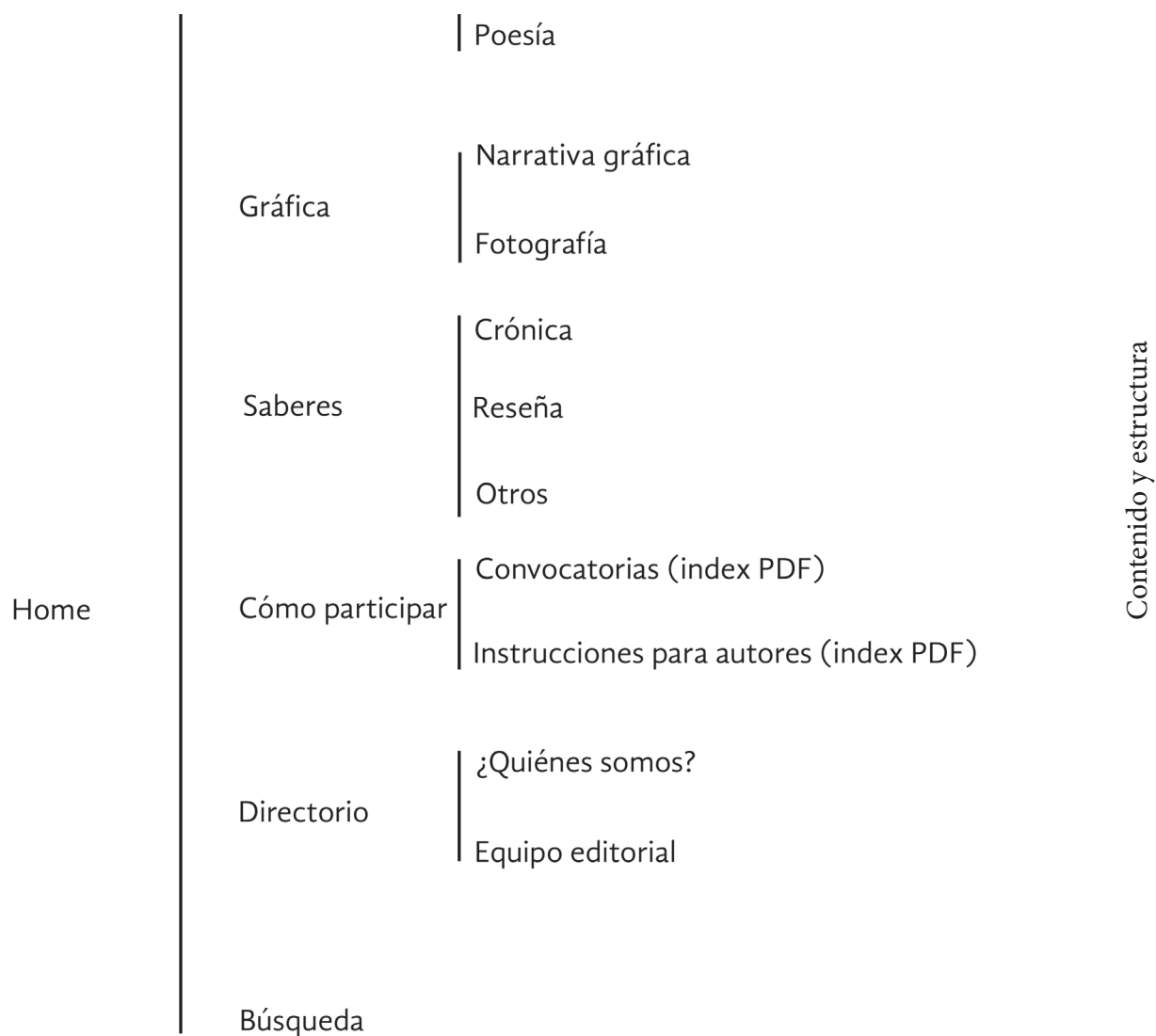
**Narrativa gráfica:** relato gráfico autoconclusivo (cómic, microcuento ilustrado, viñeta), fotografía, fragmento de novela gráfica y adaptación gráfica de breves fragmentos de otras obras literarias.

**Crónica:** no necesariamente respaldada en un aparato crítico. Por ejemplo, para el número cero cuyo eje temático fue *Ritos, costumbres y tradiciones del entorno*, un autor pudo escribir desde una perspectiva vivencial y de añoranza cierta tradición que se enfrenta a su inminente extinción. Ahora bien, en otro caso se pudo abordar desde una perspectiva histórica un determinado rito y la lectura que la comunidad que la practica le da desde su cosmovisión. En síntesis, se espera que este género pueda abordarse de manera flexible para los fines de la revista.

**Reseña literaria y a otros productos culturales:** no se esperan reseñas telegrama, pero tampoco una extensa exacerbación de la vida y obra del autor. Bastará una extensión de 5,000 caracteres cuanto mucho. En el cintillo legal se especifica que las opiniones expresadas son responsabilidad de cada autor.

Estas descripciones no han sido más que meros esbozos sobre las indicaciones del material solicitado para la colaboración de los autores en el producto. Esto se detalla con precisión en el primer apéndice o *Manual de normas y criterios editoriales*.

El mapa de navegación del sitio es el siguiente:



**Imagen 12.** Mapa de sitio

La revista se compone en un 30% por imágenes editoriales, algunas hechas por encargo y otras provenientes de repositorios con uso libre, 10% por textos editoriales

y el 60% del contenido corresponde a trabajos autorales inéditos del número cero. De estos, el 85% son trabajos literarios y el 15% trabajos de obra gráfica. Esto considerando el equilibrio en la arquitectura y diseño hipertextual<sup>19</sup>. El producto cuenta con tres niveles de información: el *home* con diversos botones de acción a otras *simples pages*, las entradas a artículos etiquetadas por categorías en la base de datos generada por el CMS y pestañas aledañas que muestran información legal o instrucciones para colaboraciones en formato pdf.

### Secciones

En una revista digital usualmente el nombre de las secciones queda representado en el menú de navegación. Estos nombres, por ende, deben ser económicos y directos. Es raro que el usuario desee descifrar el significado de frases enteras con un significado velado. Además, en el caso de *Softextos* cada categoría del menú primario cuenta en la mayoría de los casos con una categoría secundaria. Es por esto que se planteó establecer tres categorías “madre” abiertas con ayuda del CMS que se irán nutriendo: *Literatura*, *gráfica* y *saberes*, con una clasificación

LITERATURA  
GRÁFICA  
SABERES  
CÓMO PARTICIPAR  
DIRECTORIO

**Imagen 13.** Menú desplegable por secciones.

<sup>19</sup> Un sitio web tiene por lo general una lectura hipertextual, en la que no hay una secuencia marcada en la navegación del usuario. Éste es quien elige aspectos específicos de interés.

estructural por la tipología del texto. La elección de visualización del contenido quedará a cargo del usuario.

## *Literatura*

### **Narrativa**

Cuento, minificción, y fragmentos o capítulos de novela, que se hayan dictaminado como publicables. Tal como se ha dicho antes, los artículos no tendrán más de 7, 500 caracteres y podrán acompañarse de imágenes siempre que tengan pertinencia y cumplan los lineamientos.

### **Poesía**

Con libre expresión formal. Aquí el interlineado puede ser ligeramente menor debido a que tanto el ancho como la profundidad de la caja tienden a ser pequeños ya que los poemas recibidos por sus características formales se conforman de versos cortos y desiguales. Al tratarse de textos pequeños el interlineado con proporción de 1.4 luce mayor y puede parecer excesivo.

## *Saberes*

### **Crónica**

Se incluirán las crónicas aceptadas que opcionalmente pueden venir acompañadas de fotografías. Se espera que estos textos resulten amenos. Con un perfil vivencial o informativo. Que la finalidad sea brindar algún conocimiento del mundo con un libre tratamiento.

Asimismo, pueden contar con una bibliografía básica a otros recursos físicos o digitales. Por lo que se utiliza un modelo de citación parentético, el MLA octava edición, para evitar referencias con latinismos a pies de página que queden maquetados con un ancla en el texto demasiado lejana en el artículo, pues aunque el usuario pueda ir a ellas por un hipervínculo, interrumpiría su lectura volver al artículo con un *scroll-up*.

Aun así, se tolerarán las notas a pie explicativas, pero se limitará su uso conservándolo como una licencia textual de carácter breve.

Aunque se espera que se reseñen y critiquen obras que hablen del tema expuesto en el número, también se podrá incluir reseña de otros productos culturales, siempre que el comité los haya dictaminado como publicables, su extensión no será mayor a los 5,000 caracteres. También podrá tener o no una lista de referencias básicas, así como fotografías o fotogramas, si de lo que se habla es de un medio audiovisual.

### **Ensayo informativo**

Con el fin de evitar una nomenclatura que genere respecto a posturas más académicas, se toma este nombre que engloba diversos matices del género. Al igual que con la crónica, los artículos pueden contar con citas mínimas, respetando el sistema de citación parentético en MLA octava edición así como la inclusión de notas explicativas.

### *Convocatorias*

Se podrán encontrar los lineamientos con las bases generales para participación con un botón de acción para solicitar la descarga de la convocatoria en pdf del respectivo número. Este documento se espera además también tenga una circulación frecuente en redes sociales y sea un primer acercamiento del posible usuario con la publicación.

### *¿Quiénes somos?*

Se dividirá en dos campos, por una parte, el equipo editorial de la revista (editores, ilustrador, corrección y demás equipo editorial) y por el otro, el catálogo de los autores que han participado en la revista, con una semblanza de elaboración propia.

### *Definición y justificación de la nomenclatura digital*

#### *Hexadecimal*

La creación de páginas web permite utilizar una gama indiscriminada de colores sin que esto aumente el costo del producto. Estos se trabajan por adición o en parámetros RGB que “cuantifican la cantidad de cada uno de los colores primarios que componen un matiz, en un valor que oscila entre el 0 (ninguno) y el 255 (máximo). Este parámetro se define por los tres colores primarios: R, rojo [...], G, verde [...] y B, azul [...]” (Santo 71).

Pero todos los colores aditivos mencionados en los apartados siguientes se abordarán y describirán en este proyecto con su código hexadecimal. Este sistema es el más conocido actualmente dentro del desarrollo web pues permite trabajar de manera más visual y económica las propiedades que se atribuyen a determinados elementos por medio de clases, identificadores u otras meta etiquetas desde la hoja de estilos en cascada o Cascading Style Sheets (css) por sus siglas en inglés a través de editores de código fuente, tal como lo son *Sublime text*, *Atom* o *Visual estudio code*.

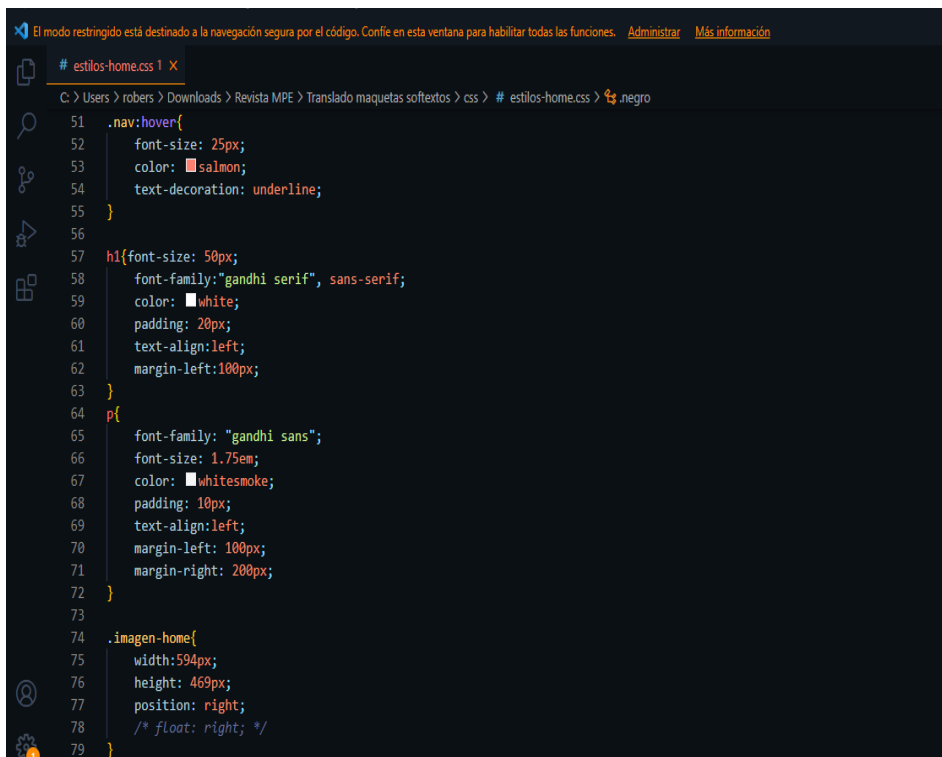
El código hexadecimal es solamente una traducción de los parámetros RGB, pero el “sistema permite distinguir entre 1,000 millones de matices” (Santo 71).

#### *Clases y nomenclatura bem, bootstrap5*

Los editores de código fuente, para los no profesionales en el campo de la programación funcionan, antes que nada, como visualizadores de información y facilitadores de su comprensión: le otorgan diferenciadores de color a elementos específicos con

una sintaxis reconocible, además de saltos de línea, jerarquización, sangrados y comentarios<sup>20</sup> que las computadoras no tienen en consideración al leer el código, pero que el análisis humano necesita.

En la siguiente imagen tomada de un archivo CSS en *Visual estudio code* se puede extraer mucha información: las clases inventadas por el desarrollador del sitio web en HTML y referenciadas en el CSS se deben declarar con un punto al inicio (a diferencia de las que la semántica del HTML5 ya tenga indexadas); la línea 72 del código con la propiedad “float: right” para la clase “imagen-home” está comentada, por lo que el explorador de la página (Google chrome, Mozilla u otros),



```
# estilos-home.css 1 X
C:\Users\roberson\Downloads\Revista MPE\Traslado maquetas softextos\css\# estilos-home.css > negro
51 .nav: hover{
52     font-size: 25px;
53     color: salmon;
54     text-decoration: underline;
55 }
56
57 h1{font-size: 50px;
58     font-family: "gandhi serif", sans-serif;
59     color: white;
60     padding: 20px;
61     text-align: left;
62     margin-left: 100px;
63 }
64 p{
65     font-family: "gandhi sans";
66     font-size: 1.75em;
67     color: whitesmoke;
68     padding: 10px;
69     text-align: left;
70     margin-left: 100px;
71     margin-right: 200px;
72 }
73
74 .imagen-home{
75     width: 594px;
76     height: 469px;
77     position: right;
78     /* float: right; */
79 }
```

Imagen 14. Hoja de CSS en visual estudio code.

<sup>20</sup> Los comentarios se refieren a elementos específicos dentro del documento en HTML, CSS, PHP, JS, entre muchos otros lenguajes que gracias a instrucciones de alteración en la sintaxis específica, las computadoras ignoran, pero pueden llegar a tener alguna utilidad por el editor: ya que aclaran la pertinencia de alguna clase, la nomenclatura utilizada, o bien, eliden instrucciones que al declararse previamente no hayan dado los resultados esperados, pero sin la necesidad de eliminarse permanentemente.



la ignorará y colocará a la imagen con propiedades fijas; y que la pseudoclase *hover* dará otras características visuales a la clase que acompañe al pulsar el mouse sobre el elemento que esté declarado en el HTML.

En el desarrollo web existen además dos proposiciones que casi con seguridad serán aceptadas por la comunidad de profesionales de manera tácita:

- 1) No hay una única manera de llegar al mismo resultado mediante el código: los problemas se presentan y el responsable deberá resolverlos, pero difícilmente la solución será la misma.
- 2) La nomenclatura es sumamente importante.

A la hora de construir un sitio web, cualquier etiquetado debe tener una jerarquía y una estructura ordenada y reconocible, pues sus propiedades y su nomenclatura continuarán creciendo y creciendo...

Esta indicación de ordenamiento es consistente y necesaria en todo producto editorial, desde la recepción y tratamiento de originales hasta su traslado en la formación de documentos HTML y CSS que quedarán alojados en el hosting.

Una de las herramientas más reconocidas es la metodología BEM (entre muchas otras) para el ordenamiento de código y poder lograr una nomenclatura estandarizada. Sin pretender conocer con exhaustividad la teoría, pues para la elaboración de *Softextos* se tomó la decisión de utilizar un framework de CSS para desarrollo front-end<sup>21</sup>: bootstrap, el cual ha liberado recientemente su quinta versión.

Bootstrap funciona como una “librería” en la que el creador de un sitio web puede preconnectarse e importar, o incluso descargar datos de su extensa librería de estilos con la desventaja de que debe familiarizarse con la nomenclatura propia de este framework. Otra desventaja es que el sitio primero debe importar primero

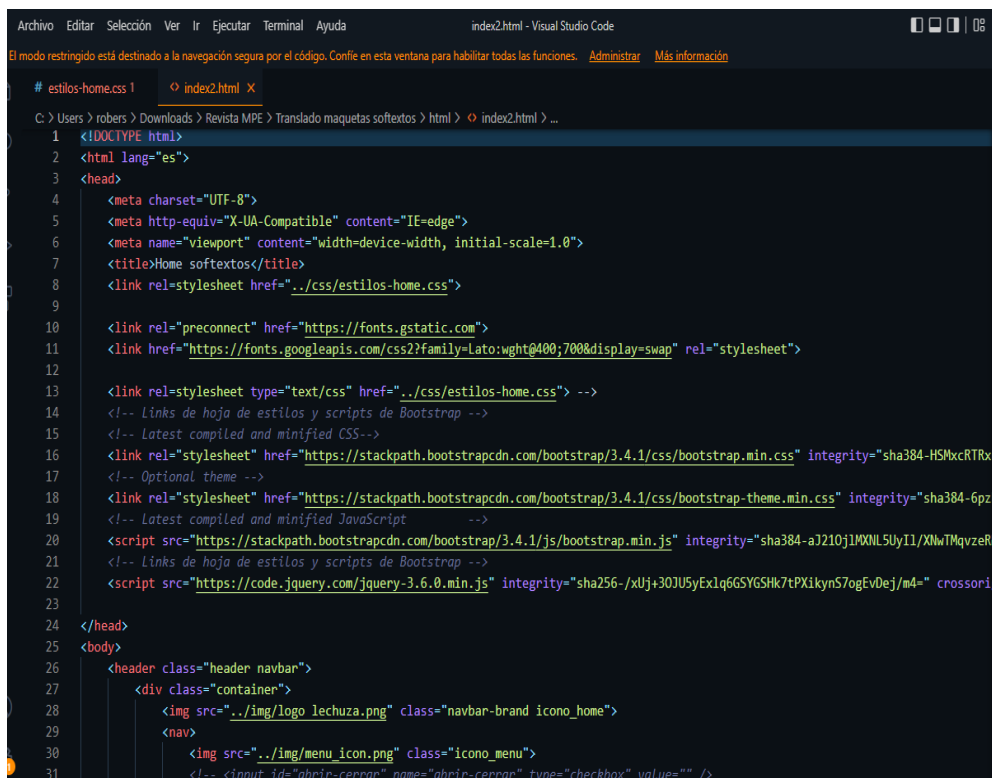
---

<sup>21</sup> La diferencia principal entre los términos front-end y back-end es que el front-end se refiere a la parte de la construcción en la interfaz del sitio que el usuario puede ver. Ésta se construye con lenguaje de marcado (HTML), CSS y Javascript; mientras que el back-end realiza acciones con las que el usuario no interactúa, tales como formularios y recolección de información con otros lenguajes de programación que utilizan variables más desarrolladas.

los estilos de bootstrap que estén declarados en el CSS, esto toma fracciones de segundo, pero las normativas actuales del SEO, toman esto en cuenta.

Como puede verse en la imagen 15, dentro de la sección head del HTML5 que contiene los metadatos de su estructura semántica, la línea ocho del código en la que se llamaba a una hoja de estilos que tenía por nombre “estilos-home.css” en el directorio, ha sido cambiada por otros llamados a estilos ya elaborados por bootstrap5 (de la línea trece a la diecinueve) que están ya alojados en otro servidor, esto se denomina trabajar con CDN.

Asimismo, dentro del body del HTML (que es la parte que ve el usuario o lector) las clases e identificadores deben respetar la nomenclatura de bootstrap para que el resultado sea el correcto.



```
Archivo Editar Selección Ver Ir Ejecutar Terminal Ayuda index2.html - Visual Studio Code
El modo restringido está destinado a la navegación segura por el código. Confié en esta ventana para habilitar todas las funciones. Administrar Más información

# estilos-home.css 1 index2.html X
C:\Users\robers> Downloads > Revista MPE > Tradlado maquetas softextos > html > index2.html > ...
1 <!DOCTYPE html>
2 <html lang="es">
3 <head>
4   <meta charset="UTF-8">
5   <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
6   <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
7   <title>Home softextos</title>
8   <link rel="stylesheet" href="../css/estilos-home.css">
9
10  <link rel="preconnect" href="https://fonts.gstatic.com">
11  <link href="https://fonts.googleapis.com/css2?family=Lato:wght@400;700&display=swap" rel="stylesheet">
12
13  <link rel="stylesheet" type="text/css" href="../css/estilos-home.css" -->
14  <!-- Links de hoja de estilos y scripts de Bootstrap -->
15  <!-- Latest compiled and minified CSS-->
16  <link rel="stylesheet" href="https://stackpath.bootstrapcdn.com/bootstrap/3.4.1/css/bootstrap.min.css" integrity="sha384-HSMxcRTRx"
17  <!-- Optional theme -->
18  <link rel="stylesheet" href="https://stackpath.bootstrapcdn.com/bootstrap/3.4.1/css/bootstrap-theme.min.css" integrity="sha384-6pZl
19  <!-- Latest compiled and minified JavaScript -->
20  <script src="https://stackpath.bootstrapcdn.com/bootstrap/3.4.1/js/bootstrap.min.js" integrity="sha384-aJ21Oj1MKXUyIL/XNwTMqvzeRl
21  <!-- Links de hoja de estilos y scripts de Bootstrap -->
22  <script src="https://code.jquery.com/jquery-3.6.0.min.js" integrity="sha256-xLj+30JUSyExIq6GSYGShk7tPXikynS7ogEvDej/m4=" crossorigin
23
24 </head>
25 <body>
26   <header class="header navbar">
27     <div class="container">
28       
29       <nav>
30         
31         <!-- <input id="abrir-cerrar" name="abrir-cerrar" type="checkbox" value="" />
```

Imagen 15. Hoja de CSS llamando estilos de bootstrap.

Después de esta breve descripción tentativa y empírica “a prueba y error” de manos de un no especialista, se tomó la decisión de que para la generación de *Softextos* se utilice además de bootstrap5 un gestor de contenidos o Content Management System (CMS) cuya función es hacer más empática la interacción del responsable del sitio con la construcción.

La necesidad de tener un panorama claro y reconocer por lo menos la sintaxis básica de los lenguajes HTML5, CSS3, PHP y JavaScript, así como la semántica de los scripts más comunes, los *media queries*, la estructura *flexbox*, los *grids*, la metodología BEM, la utilización de las webfonts y las posibilidades de la etiqueta `@font-face`<sup>22</sup> así como el *hinting* que necesita una fuente para su correcta visualización en la conversión de vectores a píxeles; se debe a por lo menos dos razones:

Entre más se conozca la lógica subyacente a estos lenguajes de programación se podrá ser capaz de identificar y aprovechar las herramientas tecnológicas disponibles para la ejecución del producto. Vaciar la información construida con el CMS en un programa de código fuente identifica muchas estructuras y ayuda a revisar otras.

Si el producto se elabora solamente sobre una plantilla genérica del CMS que se haya seleccionado por miedo a relacionarse con el código, o por desinterés en él creyendo que se puede tener el mismo resultado; puede generar una construcción errónea, o código “basura” sobre estructuras que el producto no necesite, así como la inexistencia de otras que sí sean necesarias. Editar, o por lo menos entender correctamente las relaciones y elementos que se están viendo, ayuda a proponer soluciones, o al menos dirigir la búsqueda de ellas en la extensa mesografía del tema, foros, videotutoriales, cursos y asesorías gratuitas que se pueden encontrar disponibles por la comunidad en la red.

En su artículo titulado “El móvil nos convierte en lectores distraídos” la académica en pedagogía de Barcelona, Begoña Gros propone que

De tanto leer en diagonal en las pantallas, cuesta cada vez más enfrentarse a una lectura reposada. La lingüista [Maryanne Wolf](#) afirma que una gran parte

---

<sup>22</sup> Se vuelve a esta discusión en el apartado de tipografía.

de los lectores actuales no pueden leer una hora seguida sin consultar varias veces el teléfono móvil perdiendo la capacidad para fijar la atención en una tarea.

Esta investigadora ha acuñado el término “paciencia cognitiva” para referirse a la habilidad de procesar con calma una información. Se trata de ser capaces de autorregular y fijar la atención durante la lectura poniendo conciencia e intencionalidad.<sup>23</sup>

Gros alimenta la discusión sobre fenómenos que se han mencionado previamente en este trabajo, tales como la diferencia de la lectura en redes sociales en contraposición con los textos narrativos o literarios; la lectura hipertextual ejercida en web, en contraposición a la linealidad y secuencialidad del libro literario impreso con jerarquías reconocibles; y hace además otras observaciones más osadas, como que la aparente capacidad multitarea que brindan los dispositivos tecnológicos es en realidad una cortina de humo que desemboca en una afectación psicológica que genera “distracción, falta de concentración y dispersión”.<sup>24</sup>

Este preludio sirve para ejemplificar que, desde un punto de realización editorial digital, son necesarias las competencias en la programación para que el producto propuesto encaje con pertinencia en el mercado cultural del público meta.

## *Justificación de las herramientas*

*Cms: WordPress.org*

Como se dijo poco antes *Softextos* se maqueta sobre un gestor de contenidos. Actualmente existe una amplia oferta con costos y características muy variadas: WordPress, Wix, Drupal, Joomla y más recientemente Gatsby. Es WordPress quien tiene el uso más extendido. De acuerdo con datos del 2019 más del 14% de las cien webs más importantes del mundo están hechas con WordPress. Entre sus más grandes ventajas está la gran comunidad activa a nivel mundial que brinda

<sup>23</sup> Tomado de <https://theconversation.com/el-movil-nos-convierte-en-lectores-distraidos-130268> el 7 de abril del 2021.

<sup>24</sup> Tomado de <https://theconversation.com/el-movil-nos-convierte-en-lectores-distraidos-130268> el 7 de abril del 2021.

soporte técnico remoto a los usuarios, los miles de plugins que se pueden instalar, la sencillez de su interfaz y por último su capacidad de personalización dados determinados elementos: no solamente se puede tomar una plantilla que sea parecida a la maqueta del sitio web que el desarrollador tenga en mente de acuerdo con la idea visual desarrollada en una maqueta con paquetería Adobe, sino que se puede modificar directamente el código, e incluso crear una plantilla con código nativo que después se puede subir a este CMS para su reproducción y sistematización en el producto.

No obstante, como observación, es importante mencionar que otros CMS han ganado popularidad últimamente, entre ellos el mencionado Gatsby. Los sitios creados con este gestor de contenidos permiten al usuario navegar por el sitio sin que se hayan cargado todos los elementos fuera del *viewport*, lo que acelera la visualización, además de que la interfaz es también fácil de aprender por los inexpertos y es un gran facilitador para construir aplicaciones web<sup>25</sup>. El cambio es algo de todos los días dentro de la edición digital, así como el HTML5 y el CSS3 hicieron más empática la programación respecto a sus antecesores, la década del 2010 al 2020 ha hecho obsoletas muchas tecnologías.

Worpress.org nació en el 2004 principalmente para la creación de Blogs estáticos y es una herramienta de código libre con una licencia pública general o GPL por sus siglas en inglés. Su capacidad de evolución es la que lo mantenido vigente y es (todavía) el líder indiscutible del mercado.

Existen dos versiones de WordPress, cuya diferencia empieza con la terminación de su respectivo dominio, pero va más allá: WordPress.com y WordPress.org; con ambas se puede empezar a construir de manera gratuita, pero en determinado momento se debe elegir un esquema de pago que pueda dar acceso y personalización a las herramientas que se ofrecen.

Para *Softextos* se eligió WordPress.org, un CMS en principio gratuito, en el que se deben alquilar de manera independiente el dominio y el hosting.

---

<sup>25</sup> Sin pretender ser exhaustivo, las diferencias más notables entre un sitio web y una aplicación web es que el primero no se descarga en el dispositivo del usuario y sus actualizaciones son prácticamente invisibles, mientras que las aplicaciones se deben actualizar con periodicidad y están instaladas físicamente dentro del dispositivo.

Cabe mencionar que WordPress o Gatsby son herramientas ideales para la creación de proyectos como *Softextos* por ser sitios web estáticos y responsivos sin otros grandes requerimientos de magnitud y peso. No requieren bases de datos gigantescas ni declarar condicionales o variables con otros lenguajes de programación, lo que aumentaría el “grosor” del sitio y el almacenamiento necesario para su alojamiento o hosting.

## *Dominio*

El dominio es el derecho de utilizar un nombre particular con el cual el sitio pueda aparecer públicamente desde las búsquedas de cualquier navegador de internet. Este nombre solo funciona para la parte del sitio que ven los usuarios. Lo que el navegador ve en realidad es un identificador mucho más largo y exacto del sitio web al que el usuario va a ingresar.

Aunque hay portales como GoDaddy, Hostiger, HostPapa y muchos otros, que ofrecen todos los servicios necesarios e incluso con un dominio gratuito<sup>26</sup> a la hora de comprar el CMS o Hosting con ellos, es muy recomendable adquirir un dominio propio, por si en algún momento se tiene el deseo o necesidad de que el sitio migre. Esto reduce significativamente las complicaciones.

Es por esto que se alquiló el dominio “www.softextos.com” y “www.softextos.com.mx” desde el portal de GoDaddy Latinoamérica por dos años consecutivos. Aquí una aclaración; si el dueño del dominio no sigue alquilándolo, éste vuelve a estar disponible, con la salvedad de que su valor aumenta dependiendo de las vistas y el tráfico que su anterior dueño haya obtenido. Este fenómeno genera que miles de personas en todo el mundo se dediquen a alquilar dominios y re-venderlos con particulares, que pueden ser desde personas que buscan desarrollar un proyecto personal, hasta grandes empresas que lanzan nuevos proyectos.

---

<sup>26</sup> Estos dominios gratuitos son muchas veces subdominios, el nombre del CMS aparecerá en el nombre del sitio web, lo cual dificulta su posicionamiento por los buscadores y además el SEO lo califica negativamente.

## *Alojamiento o Hosting*

El hosting es, explicado de una manera muy burda, el lugar dentro de un servidor en el que los diferentes archivos que conforman un sitio web estarán disponibles en la red. Es similar a una renta por derecho de vivienda, con la semejanza de que la mayoría de los esquemas de pago son mensuales. Al igual que con los dominios, los CMS (Wix, por ejemplo) en ocasiones permiten la elaboración de sitios con un hosting gratuito, pero este se paga con publicidad involuntaria, un espacio muy limitado y poco soporte dentro del servidor.

Es por eso que para *Softextos* se determinó utilizar un plan de hosting básico desde GoDaddy con un plan de renta mensual que incluye:

- 256 MB de RAM
- un sitio web
- 30 GB de almacenamiento
- una base de datos
- ancho de banda sin medición
- y la instalación gratuita de WordPress

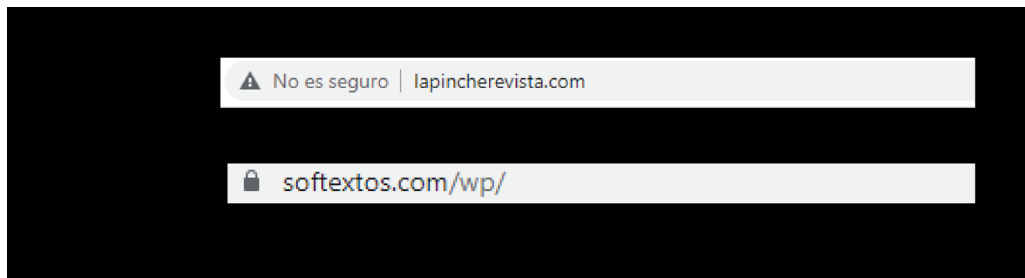
Estas son condiciones básicas pero suficientes para que el producto escale en la red y sea fácilmente localizable y que por lo menos su SEO orgánico no se vea perjudicado.

## *Certificado SSL*

Un sitio web puede o no tener un certificado SSL (Secure Sockets Layer). Este certificado es una certeza de sitio seguro que el navegador puede mostrar y quizás para el usuario aparentemente tiene poca o nula relevancia. Pero no es así. Este certificado cifra la interacción entre el usuario y el sitio y brinda seguridad bidireccional. No por eso quiere decir que su seguridad sea irrompible, sino solamente menos propensa a ataques cibernéticos; de hecho es muy

seguro que el usuario poco familiarizado no se dé cuenta de que el sitio en el que se encuentra lo tiene o no.

Además de brindar confianza a los usuarios más avisados y ayudar a la seguridad del sitio, contar con un certificado SSL, una vez más, contribuye al posicionamiento en el SEO de los motores de búsqueda.



**Imagen 16.** Comparativa de dos sitios con y sin SSL.

Como puede verse, el sitio web de *La Pinche Revista* no cuenta con certificado SSL y varios navegadores (por lo menos Google Chrome) a partir del año 2018 colocan la etiqueta 'No es seguro' aunque en dicho sitio no se realicen transacciones monetarias ni se envíen datos, mientras que, por su parte, la revista digital *Softextos* sí cuenta con un certificado SSL básico en un esquema de pago anual que pueda otorgar mayor credibilidad y seguridad al sitio.

### **Justificación del logotipo**

La razón principal de un subtítulo es definir con mayor precisión el tipo de contenido que el usuario encontrará al interior del producto. En este caso: Literatura, gráfica y saberes con *dingbats*<sup>27</sup>. La elección de estos dingbats se debe, en principio,



**Imagen 17.** Logotipo final.

<sup>27</sup> Se trata de adornos o espaciadores tipográficos que tienen muchas veces función enfática.



a no establecer jerarquías en la relevancia de un tipo de manifestación discursiva sobre otra. Así el logotipo queda presentado en todas sus variantes de la siguiente manera:

Las versiones se muestran de acuerdo con las condiciones de su reproducción al interior del producto. La versión principal (imagen 17) se presenta sobre fondo blanco. En este modelo se manejan dentro del logotipo un total de cuatro colores cuyo uso principal es en el header y footer del sitio, además de generar identidad. El logotipo además se sostiene para su uso en papelería impresa.



*Imagen 18. Logotipo monocromático.*

El segundo modelo del logotipo (imagen 18), se muestra monocromático y se demuestra que aun así el logotipo funciona y se observan mejor su forma y proporciones.



*Imagen 19. Logotipo en negativo.*

Por último, como puede verse en la imagen 19, la contraforma está ubicada en primer plano, y además se observa con mayor detenimiento la alteración en la letra “t”.

La justificación de este logotipo comienza por describir primero a las tipografías utilizadas. Una de ellas es la tipografía principal e identitaria del producto:

la Gandhi Sans en un peso regular (detallada más adelante, en *justificación del diseño tipográfico*) que se utiliza en el subtítulo. La segunda es una tipografía también sans serif, bastante geométrica, e incluso experimental cuya participación dentro del producto será exclusivamente para el logotipo, con su variante mayúscula o versal. A continuación, se reproduce parte del espécimen de la fuente.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
1234567890

iOh buen whiskey!, exitad mi frágil pequeña vejez.

iOh buen whiskey!, exitad mi frágil pequeña vejez.

iOh buen whiskey!, exitad mi frágil pequeña vejez.

IOH BUEN WHISKEY!, EXITAD MI FRÁGIL PEQUEÑA VEJEZ.

**Imagen 20.** *Pangrama Alpaca Scarlett.*

La Alpaca Scarlett se encuentra disponible en un paquete descargable .otf (Open Type Font) junto con la Alpaca Sabotage y la Alpaca Solidify pagando su licencia comercial en el sitio oficial del tipógrafo Andrew Hart: SickCapital.com. Es una mejora de la Alphaca 54 una de las primeras fuentes diseñada por el estadounidense ya mencionado, Andrew Hart.

“Las letras se inspiraron originalmente en los nombres y la tipografía lateral de los aviones de tres motores de la década de 1920”<sup>28</sup> y fue hecha por encargo de una banda, a quien debe su nombre: Scarlett Parade.

Hablando específicamente de las versales, la principal característica de esta tipografía es su exacerbada geometría (basta con ver la redondez perfecta de la ‘o’, o la ‘a’ cercana a un triángulo). Sus barras se encuentran ubicadas la mayoría de las veces en el hemisferio inferior dentro de la altura de las mayúsculas. Lo que

<sup>28</sup> Tomado de <http://www.sickcapital.com/fonts/alpaca-scarlett/> el 05 de abril del 2021.

hace que la ‘E’ y ‘F’ en este modelo de *Softextos* ganen expresividad. La espina de la ‘S’ es cerrada (o por lo menos mucho más cerrada que la de la Gandhi Sans).

Estas características son las que hacen que la Alpaca Scarlett aún en caja alta genere emotividad en el trazo de sus letras.

Para la generación del logotipo y poder escalarlo como dibujo vectorial<sup>29</sup>, esta tipografía se intervino, ya que como el logotipo se escribe en caja alta, resulta indispensable aplicar un interletraje generoso que aligere la lectura y mejore su disposición espacial de cada una de las letras, estas son recomendaciones generales de Robert Bringurst para construir titulares.

# SOFTEXTOS

# SOFTEXTOS

**Imagen 21.** *Intervención del interletraje.*

Finalmente, la decisión aparentemente más arbitraria es la alteración de la ‘T’. Como puede verse, esa letra tiene una línea vectorial a la altura de los brazos de la ‘F’ y la ‘E’. Esto se debe a una solución visual para abrazar a ambos componentes del nombre y que no queden aislados el uno del otro.

El resultado, previo a la aplicación del color tal como se muestra, necesitó modificar una vez más el interletraje de manera óptica puesto que de realizarlo métricamente los espacios darían una sensación de irregularidad.

# SOFTTEXTOS

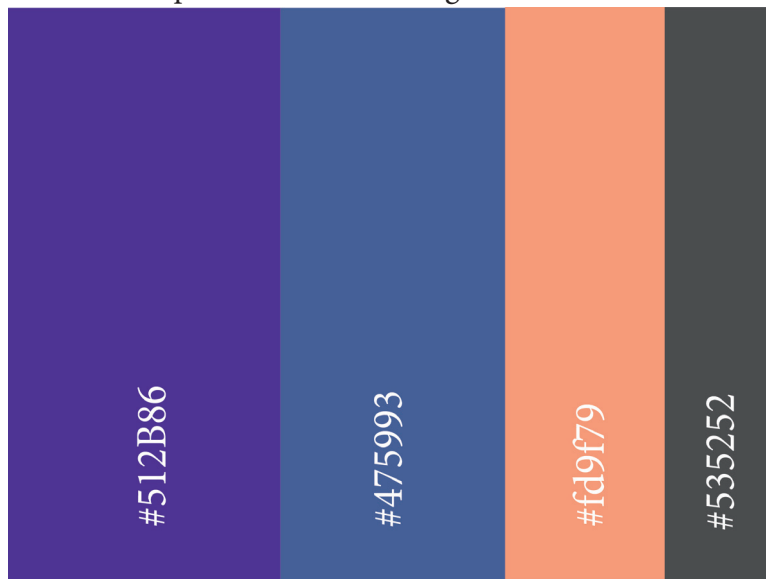
**Imagen 22.** *Inervención sobre la tipografía.*

<sup>29</sup> El dibujo vectorial permite escalar el tamaño de una imagen sin que esta pierda resolución. Santo Orcero apunta que “están compuestos por vectores matemáticos que definen las líneas y curvas que conforman la imagen [...] perfectos para logotipos, gráficos de texto o imágenes por planos. Los archivos vectoriales tienen además mucho menos peso (tamaño en bytes) que los bitmaps” (53).

Al considerar que el usuario debe tener una distancia prudente respecto a su monitor, en la lectura del logotipo se genera un efecto óptico en la ‘T’, lo que la hace más expresiva, por lo que la decisión de corromper los brazos de la letra, no parece (en principio) una violación a las buenas prácticas de diseño.

Si el logotipo resulta sencillo es un gran acierto, pues pensando en el contexto editorial-digital en el que el producto se ubica, si la página se visualiza desde móviles no sufrirá defectos graves en su visualización y cumplimiento de su mensaje.

El objetivo primordial del producto es motivar la lectura en digital en un medio que está sobresaturado de oferta, para esto es necesario que los colores empleados transmitan dos sensaciones de manera efectiva: armonía y juventud. Por esto los colores empleados deben conseguir un contraste. Como se detalló en el apartado anterior, los colores se presentan con el código hexadecimal.



**Imagen 23.** Paleta de colores.

Como color primario el #512B86; como secundario el #475993 y mediante degradaciones, hacia el color #fd9f79.

Cualquier logotipo funciona como una unidad. Debe ser capaz de desenvolverse en un ambiente monocromático y funcionar también en negativo. “Prestar

tanta importancia a la forma como a la contraforma”. Así que dentro del subtítulo se agrega el color #535252.

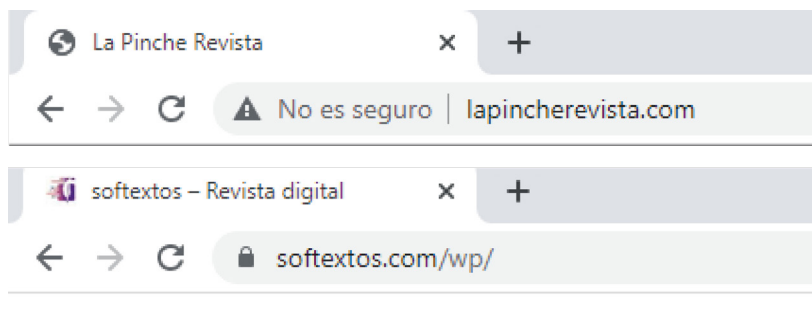
### *Monograma*

En las pestañas de los distintos navegadores al llegar a un sitio web se muestra un monograma o comúnmente llamado “favicon”, que puede ser la inicial del título del proyecto, o muchas veces algún ícono. Este monograma es un primer acercamiento al usuario y Ellen Lupton recomienda que este sea “directo y simple [...] simbolice directa o metafóricamente la función de la aplicación [...]” (134). El monograma puede incluir un logo ya existente o partir de una identidad de marca ya establecida y además recomienda darle un brillo personalizado para conseguir un diseño seductor (Lupton 134-135).



**Imagen 24.** *Monograma*

En caso de que no exista un monograma, la pestaña mostrará una imagen por defecto del navegador. Como puede verse a continuación.



**Imagen 25.** *Montaje del monograma en la pestaña del navegador*

## *Justificación del diseño tipográfico*

La tipografía utilizada en el producto responde a necesidades tipográficas específicas. En primer lugar, se necesitaba una familia que fuera lo suficientemente vasta para cubrir los requerimientos de símbolos y caracteres utilizados por la pluma de diversos autores que, en principio, hacen uso de palabras poco cotidianas en la escritura del español, pero que bien pueden aparecer como préstamos recurrentes:

- En el nombre de autores clásicos: Friedrich Hölderlin, Emily Brontë, entre muchos otros, que incluyan acentos, apóstrofes, particiones silábicas u otras estructuras que no son propias de nuestra lengua.
- Debe contener caracteres que pertenezcan a lenguas antiguas, tales como romano o griego antiguo, ya que es común que algún autor quiera especificar la etimología de alguna palabra, tal como en el siguiente ejemplo:

Caligrafía: del griego ‘κάλλος’ hermoso, y ‘γράφειν’ escritura.

- Topónimos, nombres propios y otros sustantivos que tengan su origen en bases léxicas de lenguas originarias de México o de algún otro país latinoamericano, como por ejemplo:

Cuaquiahuac, Chalchitepetl, Acayoxcan, Santa Catarina Zacatempan, entre otras, ampliamente difundidas.

Esto porque en la sección de saberes será frecuente tratar con indigenismos que poseen una grafía determinada que no siempre será fácil de rastrear y comprobar, puesto que se puede tratar de topónimos muy locales que no tienen un estudio morfológico y que en ocasiones como se ha dicho, pueden incluso no provenir del náhuatl o de otras lenguas originarias de México.

- Para la descripción metalingüística, como se ha hecho en el inciso anterior, en los textos que se dirijan sobre todo al área de saberes, la tipografía seleccionada debe contar con suficientes diferenciadores que permitan hacer distinciones al referirse al significante y no al

significado de una palabra, así como para indicar que se trata de un fonema o un alófono.

Viendo el producto a futuro, quizás es posible que en algún número posterior un autor decida hablar esquemáticamente de un cambio fonético de palabras o frases, por lo que la tipografía necesita ser la adecuada en cuanto a glifos y símbolos para transmitir esa línea argumental, como en este ejemplo:

La transcripción de ‘haba’ con la nomenclatura del Alfabeto Fonético Internacional (AFI), queda de la siguiente manera: [‘a-βa].

- Asimismo, la tipografía seleccionada debe poder representar nombres de personajes inspirados en la ficción que pueden rayar en lo indescifrable, así como apodos, préstamos verbales o sintácticos de otras lenguas que los autores decidan conservar o adaptar:

Necronomicón, Cthulhu, SanDimastetumbaen4@gmail.com, “whitexican”, “wuadafoc”, entre muchos otros.

- Se recomienda que la tipografía seleccionada cuente con versalitas y no “falsas versalitas”, es decir, una reducción en caja baja del modelo de las versales que genera el software por instrucciones concretas. El resultado puede ser parecido, pero dista de ser convincente. El grosor en los brazos y altura de la “x” de cada letra se reduce, provocando una sensación condensada que resulta extraña.

EN EL DESFILE DE NEGROS Y BLANCOS CELEBRADO EN 2015	versalitas
EN EL DESFILE DE NEGROS Y BLANCOS CELEBRADO EN 2015	falsas versalitas

#### Imagen 26. Versalitas

- Además de incluir versalitas, la tipografía necesita presentar itálicas y no oblicuas o “falsas itálicas” generadas por reproducir con determinada inclinación gradual el modelo de la fuente regular. Este fenómeno, aunque no es extremadamente mal visto como el de las falsas versalitas, demuestra un menor cuidado y desconfianza en el trabajo del estudio tipográfico responsable de la familia.

Tal como puede observarse en el ejemplo anterior, las formas sobre todo de la ‘r’ y la ‘x’ y en menor medida el remate de la ‘d’, ‘a’ o ‘l’ cambian, compensando la inclinación al aplicar la variante itálica sobre la primera frase.

En segundo término, lejos de estas características cuantitativas y formales. Un criterio válido para la tipografía seleccionada es que en la medida de lo posible sea desarrollada por un equipo de trabajo nacional o latinoamericano. Esto porque el

*Yelotlaxcalli* es un tesoro culinario y parte de la cena-ritual de la celebración *Natividad del niño Jesús* en el pueblo indígena de Santa Catarina. -Itálicas

*Yelotlaxcalli* es un tesoro culinario y parte de la cena-ritual de la celebración *Natividad del niño Jesús* en el pueblo indígena de Santa Catarina. -Oblicuas

#### Imagen 27. *Cursivas*

producto editorial de *Softextos* plantea en todo momento dentro de la construcción de su discurso dar voz y espacios artísticos a creadores hispanohablantes. La expresión tipográfica, además de plasmar elementos simbólicos y de representación con la realidad y momento histórico en el que nace, es una representación artística.

Escribe Ellen Lupton en *Tipografía en pantalla* que la fuente seleccionada ha de soportar con longevidad “las inclemencias de la pantalla” (34). Esto porque no todas las tipografías resisten el traslado a lo digital. Muchas de ellas necesitan retrabajarse en su *hinting*. Además, el buscador desde el cual el usuario navegaba, hasta hace muy pocos años era el principal condicionante de la correcta visualización de la tipografía de un sitio web. No obstante, los esfuerzos de normalización de la web semántica en HTML5 y la Word Wide Web han hecho que el navegador reduzca su importancia para visualizar el sitio, pero esto no quiere decir que los cambios sean inexistentes.

#### *Gandhi Sans*

La superfamilia tipográfica Gandhi apareció en el año 2012. Fue un proyecto desarrollado “por la agencia de publicidad Ogilvy México de la mano de Cristóbal Henestrosa y Raúl Plancarte con la colaboración de Gabriela Varela y David



Kimura<sup>30</sup> como marca identitaria de la famosa cadena de librerías homónima. En su eslogan declara estar hecha para el tipo de lectura que ejercen los mexicanos. Un grupo de oftalmólogos, neurólogos, editores e impresores avala esta observación.

Los diseñadores involucrados en su desarrollo tienen un reconocimiento internacional y han trabajado en la imagen tipográfica nacional.

La familia cuenta con dos tipografías: la Gandhi Sans y la Gandhi Serif cada una con variantes regular, itálica, bold y bold itálica. Para el producto se decidió utilizar la Gandhi Sans, esta tipografía cumple con las necesidades tipografías que se enunciaron con anterioridad y además suma otras.

En el siguiente pangrama puede observarse una lista con los principales caracteres, en la que se distingue que posee sus legítimas cursivas y versalitas. Aunque aquí no aparezcan, esta familia cuenta también con números de caja baja o elzeverianos

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
1234567890

¡Oh buen whiskey!, exitad mi frágil pequeña vejez.

¡Oh buen whiskey!, exitad mi frágil pequeña vejez.

¡Oh buen whiskey!, exitad mi frágil pequeña vejez.

¡OH BUEN WHISKEY!, EXITAD MI FRÁGIL PEQUEÑA VEJEZ.

¡OH BUEN WHISKEY!, EXITAD MI FRÁGIL PEQUEÑA VEJEZ.

**Imagen 28.** Pangrama de Gandhi sans

<sup>30</sup> Tomado de <http://34.233.129.205/> el 04 de abril del 2021.

que cuando se presentan al interior de un párrafo resultan más fáciles de leer puesto que se ajustan a la altura de las “x”.

Entre sus características principales está el hecho de que cuenta con un carácter ligero en cuanto a su mancha tipográfica dando una sensación ya montada en párrafo de un negro tenue, ayudada por su contraforma e interletraje. Si alguna propiedad ha de definirla con precisión es la legibilidad, puesto que si se compara con otras familias en el mismo puntaje ésta aparenta ser más grande, lo que le permite mantener su legibilidad en tamaños pequeños<sup>31</sup>:

El día que María murió el río *Tlachihua* se pintó de rojo. -Gandhi sans

El día que María murió el río *Tlachihua* se pintó de rojo. - Alegreya sans

El día que María murió el río *Tlachihua* se pintó de rojo. - Chaparral

**Imagen 29.** *Comparación tipográfica.*

Además, tiene una modulación casi nula, su eje es completamente vertical y la distancia entre la boca y apertura de letras como la ‘a’, la ‘e’, ‘c’ o ‘g’ son bastante generosas.

Esta característica se traduce en un beneficio si se considera que el acto de lectura frente a la pantalla sucede, por lo general, a una distancia bastante más prudente que en los textos impresos.

Las ligaduras que son propias del español como ‘fi’, ‘ti’, ‘fli’ o ‘ch’ no presentan problema alguno, puesto que las barras de estas letras en la Gandhi Sans son tan pequeñas y cortas que no se generan ligaduras ni se altera la legibilidad.

Por si esto fuera poco, está además adaptada a las necesidades de impresión sobre papel de baja calidad y cuenta con libre descarga desde una extensión del sitio de la librería Gandhi, y tiene una licencia gratuita para uso comercial en productos impresos y digitales siempre que la fuente no se altere ni se lucre de manera exclusiva con ella.

<sup>31</sup> Tomado de <http://34.233.129.205/> el 04 de abril del 2021.

La Gandhi Sans será la única tipografía corporativa dentro de la maquetación del sitio web, lo que dará homogeneidad y armonía, pero por otra parte se hace necesario mencionar que el contraste deberá conseguirse por medio de otros diferenciadores. No tanto por el puntaje, sino sobre todo por el peso, variante, ritmo y color.

Los lectores contemporáneos [...] quizá consulten su smartphone durante un trayecto largo, de camino al trabajo o matando el tiempo distraídamente mientras esperan un café.

[...] una buena tipografía web es capaz de reconocer todas esas diversas circunstancias y adaptarse a ellas. Si la estructura reticular es versátil y has trabajado con unidades de medida relativas, la adaptación a la diversidad propia del contenido digital no será ningún problema” (Lupton 49).

Para la maquetación del sitio como se ha dicho, debe verse en medidas relativas, es así que la tipografía seleccionada se presenta en tres puntajes: en 56

## Natividad del niño Jesús

Tic manazque yelotlaxcalli para piltzintli Jesús  
(Vamos a ofrecer tlaxcales para el niño Jesús)

Nicolas Cardona

*Yelotlaxcalli* es un tesoro culinario y parte de la cena-ritual de la celebración Natividad del niño Jesús en el pueblo indígena de Santa Catarina del municipio de Tepoztlán. Esta festividad es única y poco conocida.

De acuerdo con la tradición oral, los tlaxcales se elaboran desde tiempos prehispánicos, antes de la llegada de los españoles y sus tradiciones cristianas (como la navidad). En esa misma época del año se conmemoraba el nacimiento de Huitzilopochtli durante una ceremonia denominada *Panquetzaliztli*. Según el investigador Germán Andrade Labastida: “las celebraciones incluían fiestas en todas las casas, en las que se obsequiaban a los invitados una succulenta comida, también un platillo similar a unas estatuillas o ídolos hechos de maíz azul, tostado y molido, mezclado con miel negra de maguey” (7), algo parecido a lo que se elabora en la navidad *Santacatarinense*.

**Imagen 30.** *Ejemplo de composición tipográfica*

pixeles para cuerpo de texto, 35 pixeles para subtítulos, balazos, títulos de entrada, y en 18 pixeles para cuerpo de texto. Tal como se ve en el la imagen 30.

A comparación del medio impreso, los puntajes de una webfont deben ser mucho más elevados y con un peso más robusto pues la distancia de lectura es mayor, y aun por más placentera que se quiera presentar la ventana de un sitio web; la pantalla de los dispositivos electrónicos es un colador de luz que afecta a la visión después de una larga exposición.

Ellen Lupton recomienda un mínimo de 17 puntos (58, 2014) para el entono digital en una fuente como lo es Georgia, que es una tipografía con una forma incluso todavía más grande que la Gandhi Sans.

El día que María murió el río *Tlachihua* se pintó de rojo. -Gandhi sans

El día que María murió el río *Tlachihua* se pintó de rojo. - Georgia

**Imagen 31.** *Comparativa tipográfica con Georgia*

Además, el interlineado en CSS se consigue con *line-height* que es la distancia entre dos líneas, pero considerando como base una línea equitativa por encima y por debajo de la línea de las mayúsculas. Así un texto “de 12px con un interlineado de 18px, tendrá 3px por encima y 3px por debajo” (Lupton, 65). Esta autora además recomienda que cuando se componen titulares con altas, el interlineado puede funcionar con solo un 100% o incluso menos, aunque depende en gran medida del temperamento que se desee conseguir en la composición. Además, la investigadora expone la imposibilidad de implementar una retícula base. “Muchas páginas web bien estructuradas se basan tan solo en unos cuantos puntos horizontales desde los que cuelga el contenido” (65).

La propiedad de peso de la fuente en CSS se puede modificar de entre los 200 a 800 puntos (reducir ese rango es lo más recomendable), pero la correcta visualización depende mucho de la extensión de la familia tipográfica. La Gandhi Sans es una gran familia, pero no demasiado extensa si se le compara con otras superfamilias.

No por tener menos extensión de pesos se quiere dar a entender que sea una tipografía incompleta, sino que alterar su peso en el CSS puede generar errores de visualización y que por las instrucciones declaradas en los estilos en cascada, el navegador del usuario visualice la siguiente fuente (que en el CSS de la plantilla elaborada y subida a WordPress se declaró como Lato, llamada desde Google Fonts) y que en caso de no encontrarla el CSS muestre el texto con una tercera fuente con la etiqueta ‘Sans-serif’ que permite al navegador colocar cualquier tipografía sans serif que tenga en su configuración o por defecto, estos fenómenos escapan ya del control del editor.

Los tamaños propuestos se pueden ver alterados ligeramente por dos razones principales: la primera es por el comportamiento de los breakpoints y la segunda es que la maquetación de la tipografía se recomienda declararse en CSS3 con medidas relativas (em, porcentajes, vp, entre otros), ya que hacerlo en píxeles puede generar rupturas no intencionales en la visualización responsiva. Así que más que pensar en los puntajes específicos lo que debe respetarse es la proporción que guardan entre ellas.

La última observación importante antes de continuar es que el comportamiento del texto en móviles permite reducir el tamaño, puesto que la interacción del usuario con él es mucho más moldeable (se lee a diferentes distancias) por lo que al trabajar en medidas relativas, con los *media queries* se puede personalizar el puntaje para móviles, con el fin de conseguir una experiencia de lectura más adecuada.

Dicho esto, el interlineado para montar los artículos responderá a una proporción de 1.4 en cuerpo de texto, lo que equivale a 25.2 píxeles aproximadamente.

Con una finalidad de mostrar un párrafo con un temperamento cerrado y apresurado, pero sin llegar a provocar las líneas tan juntas en doble o triple columna tan propias del periódico impreso que genera una sensación de aceleración en el lector (en la imagen 32).

En el medio impreso es usual utilizar un interlineado de 120%, pero en pantalla lo más sano “es componer textos con un interlineado de 150%” (Lupton, 64).

Después de lavar sus cueros arrugados se asoma al espejo, reconociendo en sus ojos los años que carga en su cuerpo. Camina lento, pero con fuerza de hierro. Comienza a remover el ladrillo, la escoba, la silla y el doble seguro que usó para “trancar” la puerta.

—Los tiempos no son como antes— dice con severidad, mientras termina de abrir las puertas de su tienda y poner unas cuentas sillas, porque ya se acerca la clientela.

Mientras le pone cinco cucharadas de azúcar al café que le llevó su hijo, (el menor de otros cuatro que parió desde hace ya más de cuarenta años) disfruta un pan dulce con requesón, un poco mosqueado por las avispas que cayeron en el azúcar de su cubierta. Cuando menos te das cuenta; ya está echando picaditas con manteca, frijoles negros a los que se les fue una que otra piedra, queso jarocho fresco de vaca (recién traído por el lechero). El aroma seguro te levanta. Mientras termina de echar las tortillas al comal, toma una coca cola de vidrio retornable de su viejo refrigerador para tomarse la pastilla de la presión (a veces se la toma

**Imagen 32.** *Ejemplo de interlinea y alineación.*

Como puede verse, la alineación del texto es a la izquierda y la caja contenedora en el CSS se maquetará líquida como es usual, para que entre dispositivos de 1,280 pixeles o superiores, a los 900 pixeles, (antes del primer breakpoint) el texto se reacomode con libertad.

El negro absoluto en la composición de la mancha tipográfica tiende a pesar demasiado en textos largos. Debido también a la semejanza del puntaje entre el cuerpo y los titulares, el color es esencial para generar contraste.

Es por eso que mientras que título y autor se montan con un color con el 100% de saturación, el cuerpo de texto está en el color:



**Imagen 33.** *Color hexadecimal para párrafos.*

Las variantes cursiva, bold o la inserción de otros caracteres especiales al interior de la mancha tipográfica ya montada en cuerpo de texto se puede hacer de dos maneras en el HTML5: por etiquetas físicas y etiquetas lógicas (esto sin contar otras maneras de lograrlo en CSS con etiquetas igualmente físicas), las recomendadas son las etiquetas lógicas puesto que además de asignar valor semántico a los documentos y facilitar su búsqueda en los navegadores

```
45 <i>etiqueta física itálica</i>
46 <br>
47
48 <em>etiqueta lógica o semántica de énfasis</em>
49
50 <br><br>
51
52 <dfn>etiqueta lógica de un término con definición</dfn>
53
54 <br>
55 <br>
56
57 <small>texto pequeño sin valor semántico</small>
58 <br>
59 <sup>superíndice</sup>
60 <br>
61 <sub>subíndice</sub>
62
63 <br><br>
64 <hr>
65 <ins>este es un texto con subrayado semántico</ins>
66 </p>
67
```

Imagen 34. Ejemplos de etiquetado en html.

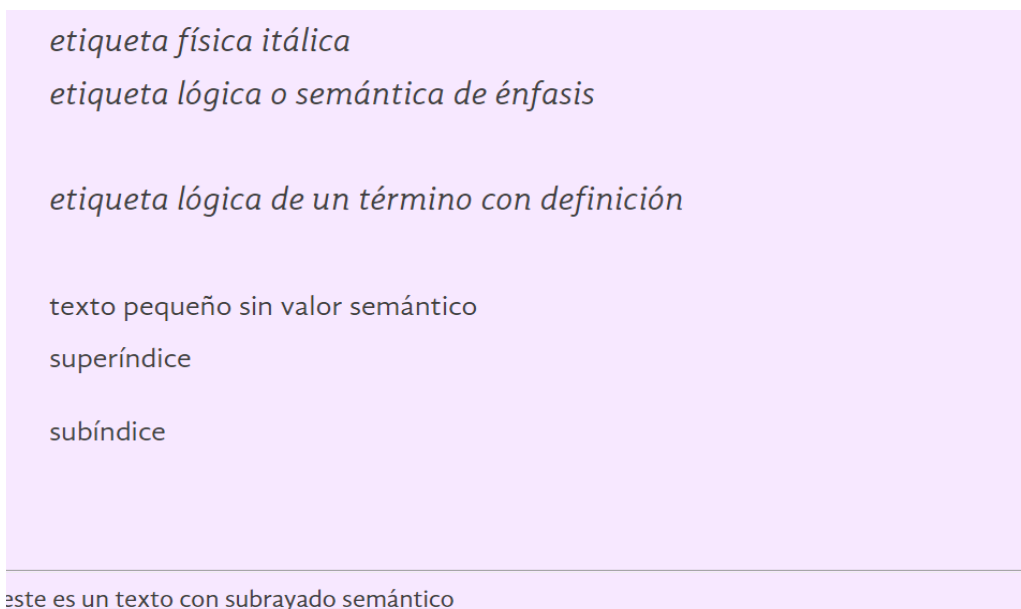


Imagen 35. Resultado visual.

“podrá ser interpretada no solo por dispositivos de lectura, sino también de conversión de texto a voz o de Braille. Las etiquetas lógicas incrementan enormemente la accesibilidad de un sitio web.” (Lupton 70). Como puede verse en las imágenes 34, con etiquetas de diferente valor semántico, el resultado visual en lenguaje de marcado o HTML, puede ser el mismo (imagen 35).

Estos usos se detallan más específicamente en la hoja de estilos tipográficos del manual de normas de la revista.

### *Justificación de la retícula*

El sitio se mostrará con un scroll down, es decir de arriba hacia abajo. Hay que hacer algunas consideraciones sobre el diseño web: “Diseñar un producto editorial multimedia va más allá del aspecto visual que van a tener las pantallas del mismo [...]” (Santo 91), además del “ámbito de la imagen estática [...] el multimedia es movimiento e interacción” (Santo 91).

De acuerdo con Daniel Santo Orcero en *El diseño gráfico de productos editoriales multimedia*, la mayor clasificación cualitativa del producto digital es si éste funcionará online u offline. Los productos online

tienen en común su alta capacidad de actualización, tener un contenido abierto (puede actualizarse fácilmente), mejor interactividad [...] mayor diversidad en los dispositivos de reproducción, lo que nos impide conocer de antemano la velocidad de ejecución [...] y menos capacidad para contener medios pesados (archivos de alta resolución, por ejemplo) al tener que reproducirse a través de internet (Santo 93-94).

A este género pertenece la revista digital *Softextos*, es por eso que para la formación de la web responsiva se utilizó una retícula de 12 módulos adaptada a una visualización de 1024 por 768 píxeles con medianiles de 20.78 píxeles, lo cual permite mostrar en dos, tres o cuatro columnas la información.

Estas medidas respetan lo dicho por Ellen Lupton en *Tipografía en pantalla*:



con esa resolución el proyecto aguanta en la pantalla de un *smartphone* y también se puede ampliar para verlo en monitores grandes. En la práctica [...] hay un sinfín de elementos de la interfaz que se comen ese espacio básico [...] los menús del sistema, las barras de herramientas, favoritos y demás elementos presentes en la mayoría de los navegadores. Una vez restado todo ello, lo que queda para la web en sí es una parcela más modesta, de unos 960x650 píxeles. (50)

También es importante aclarar que en el diseño web (y más todavía a partir de la década pasada, que el SEO de Google comenzó a calificar negativamente los sitios que no tuvieran una navegación responsiva) ha aumentado mucho la navegación en móviles. Lupton distingue dos maneras de desarrollar esta vista responsiva que no son contrapuestas, de hecho pueden complementarse muy bien. La primera es con una maquetación líquida en la que el contenido se acomode a la ventana del dispositivo con libertad, tal como funciona el epub3. De acuerdo con lo que ella postula, aunque la maquetación líquida no resulta perceptible en móviles da mayor dominio al usuario en dispositivos de sobremesa (pc, laptop, mac). Mientras que la segunda es una maquetación adaptable en la que se prediseña con características específicas para diferentes dispositivos, usualmente PC, tablets y móviles con saltos y características fijas del CSS (Lupton 56).

En *Softextos* se decidió maquetar con una vista adaptable, es por esto que se deben tomar en cuenta los puntos de quiebre o *breakpoints* en los que elementos particulares cambiarán de tamaño o lugar. El primer breakpoint sucede alrededor de los 788 píxeles de ancho (indicado con la clase *min-width* a través de *bootstrap5* en el CSS, como se describió con anterioridad) para representar visualmente esto en el bocetaje, se utilizó la retícula con medidas fijas de doce, pero invadiendo solo ocho módulos<sup>32</sup>

---

32 La retícula de doce módulos con medidas fijas fue solamente una guía visual para lograr las maquetas bidimensionales en el bocetaje con paquetería Adobe, pues los estilos del CSS en *bootstrap5* se consiguen catalogando la información en divisiones (<div>) con clases padre y clases hijo en las que dada la composición y nomenclatura de este framework se trabaja siempre con un grid de doce columnas con medidas relativas. No obstante, el bocetaje bidimensional da información y medidas muy parecidas a las que se necesitan en el traslado de estas imágenes a HTML y CSS.

y para el segundo breakpoint que estará rondando los 400 píxeles de ancho se volvió a maquetar una vez más invadiendo solamente cuatro módulos. Estas medidas dan una idea bastante cercana acerca de cómo se comportan los elementos gráficos en función del ancho de los diferentes dispositivos.

Actualmente, en la industria de telefonía móvil no suelen encontrarse dispositivos menores a los 300 píxeles, pero sí (para los usuarios con un nivel socioeconómico elevado) pantallas de más de 2,000 píxeles de ancho. Previendo este tipo de problemas es que fue conveniente maquetar la plantilla que después se subió a WordPress con medidas adaptables y no absolutas; es decir en las que aún si el ancho de pantalla aumenta, los elementos se redistribuyen proporcionalmente



Diseño

Imagen 36. Home monolito 1280 x 720 px.

porque trabajan en viewports (vp), porcentajes, em<sup>33</sup>(entre muchas otras unidades que seguramente existen) y no en pixeles.

Esto ayuda a redistribuir las medidas de acuerdo con la maquetación de doce columnas de bootstrap5 y hacer proporcional el crecimiento.

En la imagen 36 se observa parte del home de la revista *Monolito*. Está maquetado con medidas fijas, y adaptado a vista responsiva en móviles, pero esto genera algunas carencias.

Si se eleva la ventana del navegador a 2,000 x 996 pixeles con ayuda de la herramienta ‘inspeccionar’ del navegador (imagen 37) se genera una simulación de



Imagen 37. Home revista Monolito 2,000 x 996 px.

33 Em, representa una medida relativa basada en múltiplos o divisores del puntaje de la tipografía utilizada. Es muy similar (aunque no exactamente igual) al cuadratín en la edición impresa.

visualización en la que el contenido luce diminuto, incluso los fondos e iconografía, y aunque los 2,000 píxeles parezcan una exageración para los dispositivos más populares actualmente; una navegación dominante en el mercado que alcanzara los 1,280 píxeles, hace pocos años era igual de improbable.

Otra observación específica es que, en este momento histórico, la navegación exclusiva en móviles representa una buena parte de las posibles visitas a un sitio web. Incluso hay opiniones de desarrolladores que abogan por que la creación y diseño de sitios web debería pensarse primero para móviles (*mobile first*) y de ahí dirigirla para dispositivos de sobremesa: PC, tablet o Ipad.

Aunque esta no sea una verdad absoluta es indispensable pensar en que la visualización de *Softextos* en móviles necesita diseñarse con el mismo interés y dedicación, y no solo sea el resultado de reacomodar verticalmente los objetos que ya no cabían de forma horizontal.

Pues Lupton también dice que “las pantallas táctiles han generado una relación diferente entre el usuario y el contenido y han añadido un rico vocabulario de gestos al léxico ya existente de la interactividad [...] puede que sea pequeña, pero amplía enormemente este nuevo mundo táctil y gestual”<sup>34</sup> (108).

Una tendencia actual es el modo nocturno, en la que el desarrollador del sitio web deja a elección del usuario otra posibilidad de visualización que ayuda a mermar la cantidad de luz que arroja la pantalla, sitios con alto tráfico tales como Facebook e incluso algunos exploradores o aplicaciones web han incrustado esta posibilidad. Hablando en términos de código, conseguir esta modalidad no representa un problema demasiado extenso, debido a que no irrumpe estructuras semánticas del HTML, sino que reacomoda el aspecto de los estilos por medio de variables en javascript y CSS (y seguramente PHP en el caso de WordPress). Además, hay mucho soporte, bibliografía y en general bastante mesografía online que brinda ayuda para conseguirlo. La parte que resulta más complicada es la reelaboración del diseño y la gama cromática, puesto que, si sólo se declara que en el modo nocturno los fondos cambien a colores oscuros y los textos a

---

<sup>34</sup> Entre estos están los gestos táctiles, los cuales se refieren a interacciones ya bastante generalizadas en estos dispositivos: un toque, doble toque, arrastrar, deslizar, ampliar, reducir, entre otros.

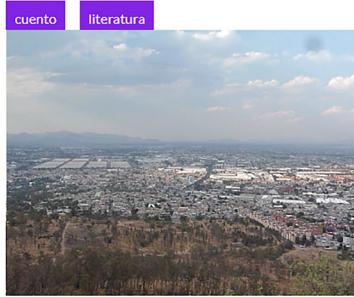


Da clic sobre el nombre del artículo que te interese.

Recuerda que en la parte superior izquierda de la pantalla puedes consultar el menú desplegable.



Día de la virgen



El cerro de las estrellas



Sombras en el carnaval



Viernes santo



Imagen 38. Home revista en modo estándar.



Da clic sobre el nombre del artículo que te interese.

Recuerda que en la parte superior izquierda de la pantalla puedes consultar el menú desplegable.

gráfica



Día de la virgen

cuento literatura



El cerro de las estrellas

No te pierdas:

**FESTIVAL  
MORELOS  
DANZA 2022**  
25 de marzo al  
3 de abril

**INAUGURACIÓN**

COMPañÍA NACIONAL  
DE DANZA.

**FUNCIONES:**

Coahuila, Cuernavaca,  
Coatlán del Río,  
Jiquila, Ocoatepec,  
Tapostlán,  
Tlaquiltanango

**CLASES  
MAGISTRALES**

CONVERSATORIOS

HAGAMOS MOVIMIENTO,  
HAGAMOS DANZA



gráfica saberes



Sombras en el carnaval

crónica saberes

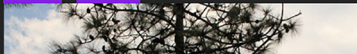


Viernes santo

reseña saberes



reseña saberes



Diseño

Imagen 39. Home revista en modo nocturno.

claros, el header, logotipo y los elementos en hover distanciarán de ser estéticos. No obstante, terminado el diseño del producto se introdujo el modo nocturno, un elemento cada vez más habitual en la navegación.

Finalmente, la retícula de doce módulos es ampliamente recomendada para alguien que está comenzando en el diseño web y requiere acomodar elementos con consistencia

El interlineado responde a una proporción de 1.4 como se dijo antes y éste crece entre párrafos, por lo que no se utiliza sangría, es decir, se utiliza la estructura del párrafo moderno.

De igual manera como es costumbre en el diseño web, el texto se alinea a la izquierda sin justificarse y tampoco se activarán las particiones silábicas.

Las narraciones gráficas y galerías de fotografía se maquetaron como *jpg* o *png* mediante un slide con el que el usuario podrá interactuar en la secuencialidad. El nombre del autor viene al inicio y la semblanza autoral se incluye al final del artículo (la lista de colaboradores completa puede consultarse desde una lista independiente en otra simple page).

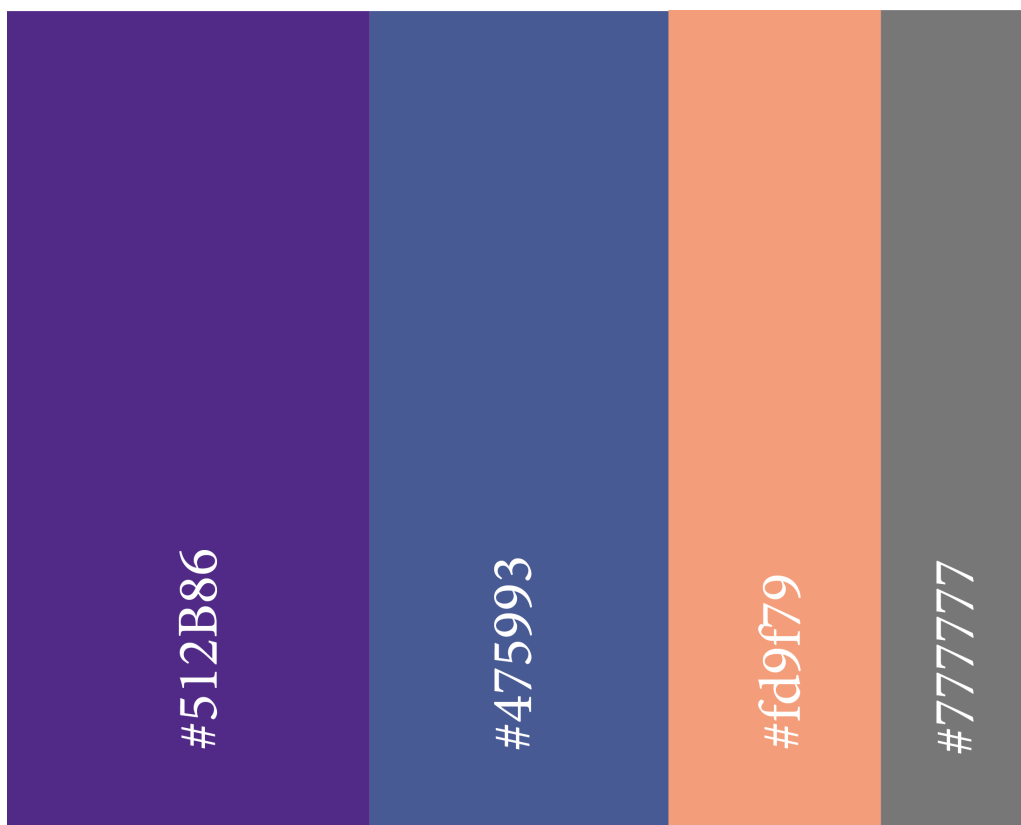
### *Justificación de la paleta de colores*

En este producto será posible encontrar diferentes tipos de textos que pueden perseguir finalidades e intereses bastante distintos.

Como puede verse, para lograr una estadía amena se hizo uso de una paleta de color bastante cohesionada que varía muy poco en cada sección. En general se puede hablar de colores claros que transmiten tranquilidad, armonía y que procuran un atisbo de concentración ya que se discute mucho que el ejercicio de lectura digital es sometido a bastantes más distractores que en un producto impreso cuya lectura tiende, por lo general y sin pretender generalizar, a ser más lineal. Como se dijo anteriormente la navegación por las jerarquías de la información en web es hipertextual con relaciones no tan fáciles de definir.

Si a esto se le suma un deber de identidad y un sentido de cohesión cromática que no confunda al usuario, se utilizarán, en general, los colores que se apreciaron en el logotipo anteriormente en el siguiente orden.

Como color primario y acento<sup>35</sup> principal del sitio el #512B86



**Imagen 40.** Distribución de la paleta de colores.

Para indicar la activación de un botón mediante la función *hover*, o bien hacer resaltes y llamadas de atención al usuario con la finalidad de que éstas no resulten demasiado invasivas se agrega el color #475993.

Y como color terciario (lo que representaría a lo sumo el 5% del uso en el web responsivo) el ya conocido #fd9f79.

<sup>35</sup> En ocasiones la nomenclatura del panel de administración de wordpress, llama “acento” al color primario que predominará en el diseño del sitio.



El texto en su mayoría como se dijo antes, irá desde el negro absoluto para subtítulos, hasta el #777777 para caja de texto.

Debido a que se trata de una mayoritaria traspolación de los colores del logotipo, los cuales no están tan distanciados de ser complementarios, los fondos blancos serán recurrentes para mantener un diseño limpio y preponderar el texto escrito, así como evitar fallas severas de visualización en dispositivos pequeños.

### *Otros elementos de la composición*

Santo Orcelo distingue estos principios básicos de la composición dinámica en el diseño gráfico de productos editoriales multimedia:

**Coherencia:** eventos relacionados entre sí, en su velocidad, movimiento, trayectoria, naturaleza y duración de los sonidos utilizados.

**Ritmo:** se tiene que procurar que siempre haya una sensación sutil de actividad incluso cuando el usuario no está navegando en el producto.

**Economía:** Los eventos dinámicos (hovers, animaciones, clips, gifs) deben ser precisos y durar estrictamente lo necesario, sin redundancia o profusión, “menos es más”.

**Rapidez:** Se debe encontrar lo que se busca de manera inmediata, cualquier demora es percibida como un error de navegación. Si el usuario pasa varias veces por la misma página, aunque ésta haya despertado su interés en primera instancia, va a terminar entorpeciendo su experiencia como usuario (225-226).

Un diseñador habituado a procesos tradicionales piensa en imagen fija, y puede caer en el error de concebir la multimedia como una pantalla estática adornada de otros medios.

[...] un producto multimedia de calidad requiere de un concepto dinámico en el que todos los medios trabajan en común desde el principio, por lo que el proceso de planificación requiere de guiones previos [...] líneas de tiempo, y mucha imaginación. (Santo 227).

A estas consideraciones, se suma algunos eventos conocidos por el SEO, como que un usuario abandona una página web que no le ofrezca resultados inmediatos tras apenas unos segundos, y que la arquitectura de la información debe presentarse a una distancia máxima de tres clics.

Lograr una experiencia de usuario “dinámica o correcta” es una meta en la que intervienen factores culturales, lingüísticos, cinéticos y generacionales. La aceptación o rechazo del producto va de la mano con el tipo de materiales multimedia que estén acostumbrados a consumir la mayoría de la generación de usuarios que se catalogó como público objetivo atrás y es un gran reto para el editor de productos editoriales digitales colocarse en ese ejercicio de otredad y ser competente, al mismo tiempo, en el resto de las multitareas que representa este fenómeno cultural: relacionándose con la *expertis* técnica y tecnológica, así como la programación además de la gran palabra que rige el mundo de la edición digital: el cambio.

¿Cómo esbozar pasos certeros hacia delimitar la recepción del producto<sup>36</sup>?

Antes de entrar en los elementos técnicos, valga hacer una última divagación sobre las condiciones de lectura del producto:

La manera en la que un lector se puede ver envuelto en un producto digital como *Softtextos*, que se incrusta en un ambiente literario y de divulgación artística hacia un público no especializado además de las diferentes condiciones físicas y tangibles obvias respecto a las de un material impreso, se da en muy diferentes condiciones de recepción.

La expectativa del usuario al momento de encontrar el producto no ha nacido, no hay un contacto físico con un objeto que tenga una cuarta de forros con una descripción medianamente panorámica que le haya dado información previa, en su lugar quizás un link y una miniatura. Además seguramente no conoce a los autores y (quizás el diferenciador más importante) no hay una inversión de tiempo o interés *a priori* de parte del usuario, ni espacial (una librería, una feria) ni

---

<sup>36</sup> Fenómeno sobre el que además hay mucha bibliografía, propia del análisis del discurso y de la estética de la recepción, así como la historia social de la segunda mitad del siglo xx y de las muchas disciplinas sociales sobre las que se siguen escribiendo artículos académicos cada año.

temporal (puede ser a las 3:00 am desde un vínculo de Facebook). El lector no fue al contenido, sino que el contenido fue al lector en un medio hipertextual, global y virtual que pese a los miles de algoritmos que ejecutan la aparente arbitrariedad mostrada en la información digital conserva algo de azar.

Este acto de comunicación invasivo que es propio del marketing digital, que hace posibles los miles de anuncios sobre adquisición de diversos bienes que se enfrentan en la comunicación del día a día moderno y representa una afectación importante en las expectativas del usuario; por lo menos en este contexto, y por las características anteriormente descritas, es en el que se localiza el producto.

Intentando respetar las consideraciones hechas previamente, y para mejorar la navegación dentro del home que dispone de una semántica básica en HTML5 de header, cuerpo (dividido en varias secciones o <divs>, valga la redundancia<sup>37</sup>) y pie o footer se desglosarán los siguientes estilos tomando como referencia visual las imágenes de la página siguiente (41 y 42).

---

<sup>37</sup> Sobre el uso de contenedores con la semántica <div> declarados en html5 para estructurar el contenido; Lupton apunta que: “es mejor elegir elementos estructurales en lugar de elementos puramente visuales, optando, por ejemplo, por etiquetas como <aside>, <article>, y <caption>, que tienen más contenido semántico que la genérica <div>, que describe un contenedor que carece de relación estructural alguna con el documento.” (68). No obstante, el uso de los divisores es una práctica extendida e incluso recomendada por otros autores.

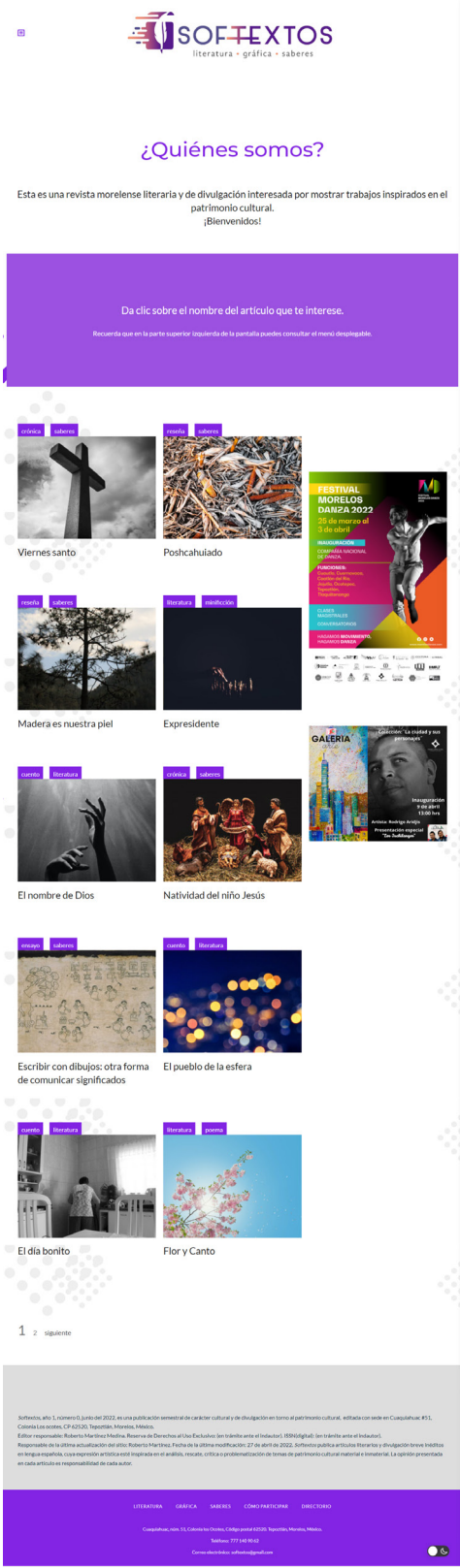


Imagen 41. Montaje final (estándar)

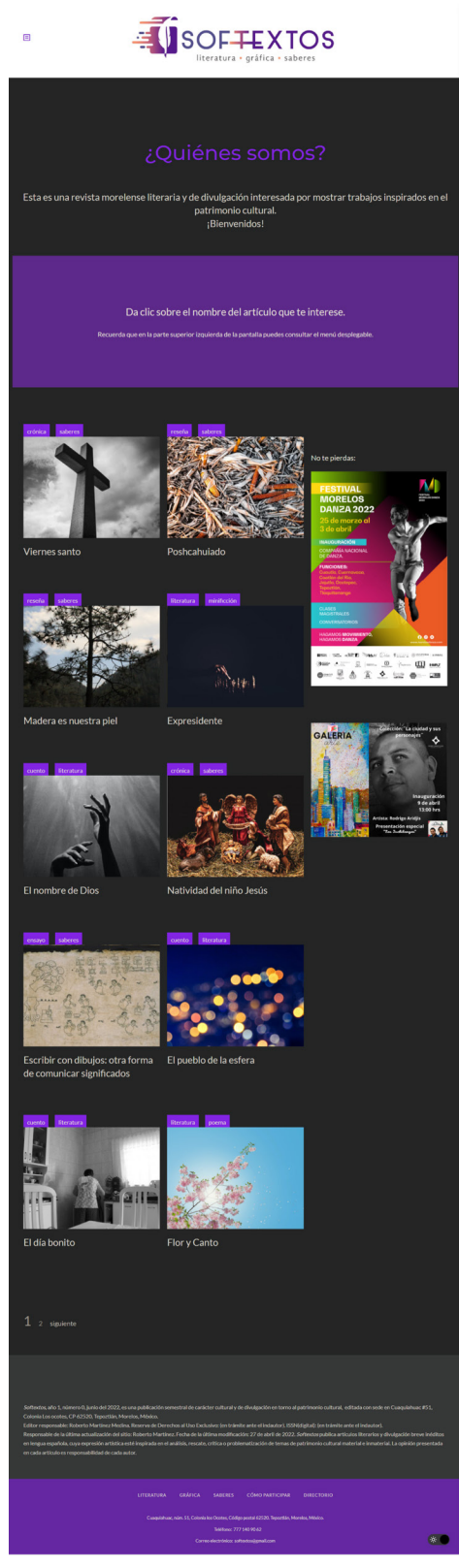


Imagen 42. Montaje final (modo nocturno)

Diseño

### Primer tercio

Aquí se maquetará un mensaje de bienvenida por parte del equipo editorial con una plasta de color y además oculto un <div> que puede mostrar un video, o contenido multimedia (este solo se mostrará si se coloca contenido multimedia en él. De lo contrario estará oculto). En el *header*, como es usual, un menú de navegación del contenido lo más inmediato y simplificado posible mediante un menú de “hamburguesa”. Este recurso es un ícono emblemático y ampliamente difundido, más económico que un botón con la leyenda “menú”. Éste funciona con un script en javascript desplegando el header a través de un condicional, como elementos de bloque en lista no numerada.

```
88
89 </div>
90
91 <script type="text/javascript">
92     $(".icono_menu").click(function() {
93         $(".menu_oculto").toggle("fast");
94     });
95 </script>
96 </body>
97 </html>
98
```

Imagen 43. Script del menú hamburguesa.

El menú hamburguesa, además de ser una tendencia del diseño web (pues hace más limpia la visualización del sitio en la pantalla del dispositivo) responde a la corriente de diseñar primero para móviles (*mobile first*) que se mencionó con anterioridad.



Imagen 44. Ubicación del menú hamburguesa.

LITERATURA  
GRÁFICA  
SABERES  
CÓMO PARTICIPAR  
DIRECTORIO

Imagen 45. Menú desplegado.

### Segundo tercio

Se podrán encontrar los artículos en un mosaico a dos columnas con una ilustración o fotografía representativa. En cada artículo se muestra el título y mediante etiquetas la categoría a la que pertenece el artículo. Para realizar estas funciones fue necesario incrustar una pequeña base de datos, así como la participación de diversos scripts y *plugins*.

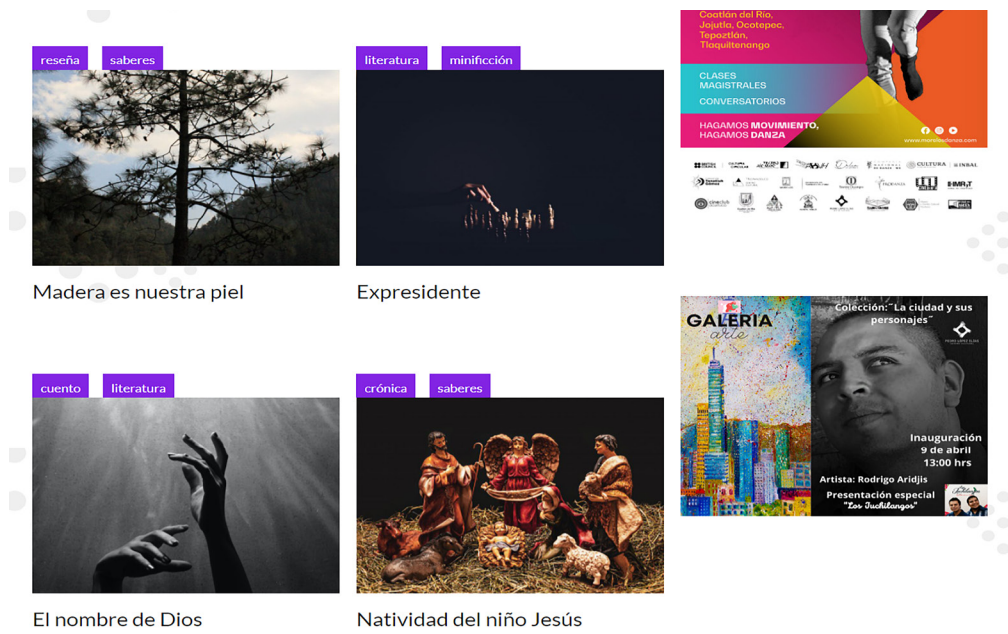


Imagen 46. Entradas a artículos y banners.

La mayoría del contenido se puede personalizar desde el panel de administrador de WordPress, pero se tuvieron que manipular pequeñas acciones directamente desde el código del sitio.

### *Tercer tercio o footer*

Ya en el *footer* o pie, se mostrarán los datos del producto (ISSN y número de reserva de derechos otorgado por el Indautor, así como el resto de la información solicitada de acuerdo con la administración de otorgamiento al uso de reserva de derechos. El texto legal es el siguiente:

*Softextos*, año 1, número 0, junio del 2022, es una publicación semestral de carácter cultural y de divulgación en torno al patrimonio cultural, editada con sede en Cuaquiahuac #51, Colonia Los ocotes, CP 62520, Tepoztlán, Morelos, México. Editor responsable: Roberto Martínez Medina.

Reserva de Derechos al Uso Exclusivo: (en trámite ante el Indautor). ISSN(digital): (en trámite ante el Indautor). Responsable de la última actualización del sitio: Roberto Martínez. Fecha de la última modificación: 27 de abril de 2022. *Softextos* publica artículos literarios y divulgación breve inéditos en lengua española, cuya expresión artística esté inspirada en el análisis, rescate, crítica o problematización de temas de patrimonio cultural material e inmaterial. La opinión presentada en cada artículo es responsabilidad de cada autor.

Acto seguido se muestra un mapa de navegación del sitio en donde se puede consultar las diferentes rutas de navegación del sitio.



Imagen 47. Cintillo legal y pie de página

## Bocetaje

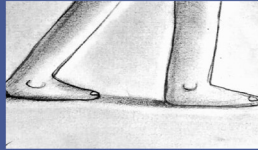
A continuación se exponen muy brevemente parte de los trabajos previos al maquetado del sitio web.



Imagen 48. Boceto, parte superior.



Entradas recientes [Ver más](#)



Poesía  
**Los pies viudos**  
Claudia Alicia Saquicela



Cuento  
**El día bonito**  
Ana Yomira López



Gráfica  
**Sombras en el carnaval**  
Orkar Romo

## SOFTTEXTOS

Literatura - Gráfica - Saberes

### Equipo editorial

**Director**  
Roberto Martínez

**Divulgación**  
Xóchitl Espinoza

**Ilustración**  
Xóchitl Espinoza  
Isaac Hernández

**Comité editorial**  
Antonio Outón  
Antonio Ordaz  
Ismael Borunda  
Paz Lavín

**Video introductorio**  
Gabriel Marquina

*Softtextos* distribuye su contenido bajo una licencia Creative Commons 4.0 (no comercial, compartir igual).



La realización de este proyecto fue posible gracias al apoyo **Conacyt 2020-2022**.



**Imagen 49.** *Boceto, parte superior.*

---

## DERECHOS DE AUTOR

---

### *Propiedad intelectual*

El concepto de propiedad intelectual hace referencia al derecho que los autores(as) tienen para la explotación remunerada de las creaciones de su mente, entre otras: obras literarias, obras artísticas, invenciones, símbolos, nombres e imágenes.

Además de la propiedad intelectual existe la noción de propiedad industrial, que está enfocada en la protección de *modelos* (que nacen a partir de la creación y el descubrimiento intelectual) y pueden tener una aplicación tecnológica o mercantil regida por normas jurídicas.

Estas normas, protectoras de la propiedad intelectual, responden a criterios de uso exclusivo y territorial. En este sentido el órgano internacional más importante es la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

Los orígenes de la OMPI se remontan a 1883 y a 1886, cuando se adoptaron, respectivamente, el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial y el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas [...]. La OMPI tiene dos objetivos principales. El primero de ellos es fomentar la protección de la propiedad intelectual en todo el mundo. El segundo es asegurar la cooperación administrativa entre las Uniones que entienden en materia de propiedad intelectual y que han sido establecidas en virtud de los tratados administrados por la OMPI (“Reseña del Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [Convenio de la OMPI] [1967]”).

La OMPI categoriza los siguientes grupos como susceptibles de protección:

- 1) Derecho de autor: Lo concerniente a la elaboración de este trabajo. Las producciones van desde libros, música, pintura, escultura, cine; hasta programas informáticos, bases de datos, publicidad, mapas, entre otros.
- 2) Patentes: Por patente se entiende el derecho exclusivo de explotación que se otorga a una invención.
- 3) Marcas: Es un signo (en un sentido lingüístico: con significante y significado) que permite diferenciar los productos o servicios de una empresa otras
- 4) Diseños industriales: Por dibujo, diseño o modelo industrial se entiende al aspecto ornamental o estético de un artículo. Puede ser bidimensional o tridimensional.

Entran como grupos también las:

- 5) Indicaciones geográficas: entre otras, la *denominación de origen* con la que el producto muestra sus cualidades, reputación o características ligadas a su origen geográfico concreto, y por último
- 6) secretos comerciales: Información que puede ser rentable mediante un licenciamiento y que de ser compartida en otras condiciones puede ser penalizada.

En lo sucesivo se enfocará en el ámbito del derecho de autor

## ***Derechos de autor***

El Derecho podría ser entendido como un conjunto de normas jurídicas que rigen la convivencia social a través de principios y valores que tienen como finalidad la seguridad, la justicia y el bien común. Se rige fundamentalmente bajo criterios de territorialidad y temporalidad. En este sentido, el derecho *de autor* se

encarga de proteger y regular la propiedad intelectual sobre determinados tipos de obras, literarias, artísticas o científicas.

En México el organismo árbitro es el Instituto Nacional del Derecho de Autor (Indautor)<sup>38</sup>, por lo que las normas jurídicas que de éste desprenden deben ser acatadas en su totalidad para el caso del producto editorial propuesto.

Antes de entrar en la cesión de derechos, se enlista la clasificación de obras que considera Indautor para hacer un registro:

Obra literaria; Musical con Letra; Musical sin Letra; Dramática; Danza; Pictórica; Dibujo; Escultórica; de carácter plástico; Caricatura; Historieta; Arquitectónica; Cinematográfica; Audiovisual; Programa de radio; Programa de televisión; Programa de cómputo; Fotográfica; Arte aplicado; Base de datos; y demás obras que por analogía puedan considerarse obras literarias o artísticas<sup>39</sup> (Indautor)

En el caso del producto editorial, los trabajos recibidos fueron en su mayoría creaciones literarias, no así el producto editorial, el cual es una revista y su proceso de registro necesita una reserva de derechos al uso exclusivo como difusión periódica. Se vuelve sobre este punto más adelante.

### *Derechos morales y patrimoniales*

Los derechos que el autor ejerce sobre su obra engloban el derecho moral y el patrimonial. El derecho moral tiene una naturaleza intransferible y perpetua, además tiene un “carácter personal que está unido al autor y que como derecho sobrevive incluso a la muerte del creador, no transfiriéndose tales derechos a los herederos” (Parets 57). Es decir, *Don Quijote de la Mancha* seguirá siendo de Cervantes mientras la humanidad exista.

---

<sup>38</sup> Y el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial IMPI (en el caso de propiedad Industrial).

<sup>39</sup> Tomado de <https://tramitesindautor.cultura.gob.mx/tramites-mas-informacion/oi/indautor-01-001.html> el 15 de noviembre del 2021.

Por otro lado, están los derechos patrimoniales, que se refieren al “conjunto de facultades de carácter económico que tiene el autor o titular en su caso, para disponer sobre la explotación de la obra en cualquiera de las manifestaciones previstas por la Ley Federal del Derecho de Autor” (Parets 100). Estos derechos no son solo negociables, transferibles y susceptibles de licencia; sino que el autor puede renunciar a ellos. Estos se pueden y deben otorgar de manera onerosa mediante una cesión o licenciamiento.

Además, los derechos patrimoniales tienen vigencia. Esta está definida por las normas jurídicas del país en cuestión. En el caso de México son cien años tras la muerte del autor(a)(es), o del último de los autores de tratarse de una obra colectiva. Tras cumplir ese periodo, la obra pasará a ser parte del dominio público, y cualquier persona puede explotar la obra sin necesidad de ser titular del derecho patrimonial, no tiene la obligación de pagar regalías, pero de cualquier forma debe reconocer el derecho moral.

Jesús Parets apunta que el contrato de una cesión de derechos debe contener los siguientes puntos: a) El acto de transmisión propiamente hecho, su contenido y alcance; b) Temporalidad del objeto de la cesión salvo las excepciones del contrato de edición y las obras por encargo [...]; c) limitaciones; d) medios en los que se autoriza la explotación e) contraprestación; f) especificación de la cesión (exclusiva o no exclusiva); g) requisitos adicionales no esenciales para la validez del contrato (¿se permite la traducción, adaptación, o cualquier otra transformación?); h) título y características que identifican la obra; i) establecimiento de la defensa de los derechos en caso de violación o incumplimiento; j) defensa del cedente del derecho patrimonial; k) resaltar la diferencia entre cesión de derechos con licencia de uso (Parets 34-38).

Es por eso que para el caso de *Softextos* se otorgó un formato de cesión de derechos patrimoniales enlistado a continuación, que tomó como base los siguientes artículos de la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA):

3°) Este artículo establece que la LFDA protege cualquier obra original que pueda ser publicada o reproducida en cualquier medio.

5°) La obra queda protegida desde su fijación material en cualquier soporte, “independientemente del mérito, destino o modo de expresión.” (2).

16°) La obra puede hacerse de conocimiento publico mediante la *divulgación* (en cualquier medio, deja de ser inédita); la *publicación* (“reproducción de la obra en forma tangible y puesta a disposición del público mediante ejemplares, o su almacenamiento permanente o provisional por medios electrónicos” [5]); la *comunicación pública* (se puede acceder “a estas obras desde el lugar y en el momento que cada uno [...] elija”[5]); *representación pública*; *distribución al público* y *reproducción*

24°) El derecho patrimonial pertenece en principio al autor y puede autorizar a otros su explotación.

25°) El titular del derecho patrimonial es “el autor, heredero o el adquirente por cualquier título” (6).

27°) El titular puede autorizar o prohibir determinadas acciones para con la obra.

29°) El derecho patrimonial estará vigente durante cien años después de la muerte del autor (del ultimo autor si se realizó en coautoría), o bien cien años después de que la obra ha sido divulgada.<sup>40</sup>

30°) La cesión de derechos puede ser de carácter exclusiva o no exclusiva, onerosa, temporal, y debe “celebrarse por escrito” (8).

31°) La transmisión de la titularidad del derecho patrimonial debe llevar consigo un pago proporcional a la explotación o fijo y determinado.

32°) El contrato de cesión debe inscribirse en el Registro Público del Derecho de Autor para surtir “efectos contra terceros” (9).

33°) Si no se estipula vigencia se otorgan cinco años de cesión, y solo más de quince si se justifica la necesidad de este contrato.

---

<sup>40</sup> Cabe señalar que México tiene uno de los plazos más largos de explotación al derecho patrimonial.

35°) La licencia “atribuirá al licenciatarario, salvo pacto en contrario, la facultad de explotar la obra con exclusión de cualquier otra persona y la de otorgar autorizaciones no exclusivas a terceros” (9).

36°) se obliga al licenciatarario a poner los medios para que la explotación se realice de manera correcta de acuerdo con los usos y costumbres de la profesión.

A continuación, se enlista un ejemplo con la carta de cesión llena:

*Ejemplo de carta de cesión de derechos patrimoniales*

Tepoztlán, Morelos a 18 de Octubre de 2021

A QUIEN CORRESPONDA

**PRESENTE**

Por medio de la presente; con fundamento en lo dispuesto por los artículos 3, 5, 16, 24, 25, 27, 29, 30, 31, 32,33 35 y 36 de la Ley Federal del Derecho de Autor, quien suscribe Marco Antonio Barrera Martínez, autorizo a Roberto Martínez Medina, con Clave Única de Registro de Población MAMR950428HMSRDB06 y con domicilio en Calle Cuaquiahuac Núm. 51, Colonia Los Ocotes en Tepoztlán Morelos, para que de forma exclusiva reproduzca, publique, edite, fije, comunique, y transmita públicamente en exclusivo soporte digital y sin fines comerciales el manuscrito de mi autoría en el artículo titulado Despedida que yo entregué a través de una convocatoria.

Afirmo que mi trabajo es original e inédito, y soy consciente de que su publicación es parte del proyecto que el antes mencionado presentó para la Maestría en Producción Editorial de la Universidad Autónoma de Morelos en el periodo 2020-2022. Mi trabajo formará parte del primer número de una revista, que lleva por nombre *Softextos. Literatura, gráfica y saberes*, cuya publicación digital será en el primer semestre del 2022.

También autorizo que mi trabajo se ponga a disposición del público a través de un sitio web, así como a través de otros medios electrónicos, ópticos o de cualquier

otra tecnología para fines exclusivamente científicos, culturales y de divulgación. Esta autorización será por diez años a partir de la fecha de firma de la presente licencia de uso exclusivo, en el entendido de que los derechos morales sobre la titularidad del artículo quedan a salvo del autor o de la autora. 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 un 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 de Roberto Martínez Medina.

Finalmente, en caso de que se consigan los fondos para la publicación de la revista con fines comerciales, o que mi trabajo se publique de alguna otra manera, se buscará realizar los acuerdos competentes y justos para el pago de regalías que me corresponden como autor o autora.

A T E N T A M E N T E

Marco Antonio Barrera

Nombre y firma

Este formato (disponible de forma electrónica en la página web de la revista: <https://www.softextos.com/wp/instrucciones-para-autores/>) se puede enviar por correo electrónico en archivo pdf con firma autógrafa.

ANEXOS

INE/IFE, u otra identificación con validez oficial en caso de no contar con la nacionalidad mexicana.

**Opcional:** copia del manuscrito que entregué en la citada convocatoria.

Este formato se celebró como un “acuerdo de voluntades” con los diecisiete autores que resultaron publicables tras la revisión a cargo del comité editorial.



### *Reserva de derechos al uso exclusivo*

En la Ley Federal de Fomento al Libro y la Lectura (que entró en vigor en 2008) se entiende por revista una “[p]ublicación de periodicidad no diaria, generalmente ilustrada, encuadernada, con escritos sobre varias materias o especializada. Para el objeto de esta Ley, las revistas gozarán de las mismas prerrogativas que se señalen para el libro”, y como condición única para considerarse revista mexicana, aquella que tenga un Número de Serie Estándar Internacional (ISSN) de México. El ISSN se refiere a un identificador que permite conocer los recursos independientemente del medio en el que estén (impreso o digital) y está conformado por diez números. Este número no da validez o calidad al contenido, tampoco señala su ubicación geográfica.

En este sentido, *Softextos* se inserta dentro de las revistas de divulgación, entendiendo éstas como destinadas a un público no especializado. Por su tipificación la obra de los autores que colaboraron en ella es de autor conocido.<sup>41</sup>

El registro de la obra ante el Indautor, por ser una publicación de naturaleza periódica<sup>42</sup>, consta de dos partes: el dictamen previo, y la reserva de derechos al uso exclusivo, con lo que se asegura su salvedad. El costo por reserva de derechos asciende a cerca de tres mil pesos anuales de acuerdo con el tabulador actual. Esta reserva de derechos tiene una vigencia anual y se caracteriza por explotar de manera exclusiva *títulos* de publicaciones y de marca gráfica. Así también (y aunque no sea el caso del producto) se pueden registrar nombres de programas de radio o televisión, personajes, denominaciones, grupos de personas, y promociones publicitarias. Para el caso de estas últimas, no hay renovación puesto que pasan a formar parte del dominio público.

La reserva de derechos es renovable en el caso de la difusión periódica.

---

41 Esto se refiere a una clasificación legal para conocer si la obra es anónima, seudónima o de autor conocido. Que una obra sea anónima no la restringe de protección ya que puede ser registrada como obra literaria, aunque para fines del producto editorial no sea el caso.

42 El dictamen previo tiene un costo significativamente menor, pero es necesario, puesto que de solicitarse la reserva de derechos y ser negada por las autoridades correspondientes no hay reembolso alguno. Asimismo, la reserva debe ser renovada anualmente.

---

## ESTRATEGIA ECONÓMICA

---

En apartados anteriores, se mostró que el producto se inserta en un modelo de mercado nativo digital en el que la rentabilidad (al no ser subsidiado por organismos públicos o privados) opera de manera desigual al del medio impreso: más que pensar en términos de PVP, tiros, precio único de venta o media ponderada de cobro, el mercado se rige por el mecanismo de las denominadas microtransacciones. De acuerdo con Magadán y Rivas, el paso a la dimensión del libro digital, modelo aún inexperto, genera nuevos conceptos

“[e]ntre ellos, podemos destacar: el contenido fragmentado, el pago por consumo o contenido a la carta, el modelo de suscripción, la afiliación, el *crowdfunding*, la gamificación, la venta directa y la autoedición (63)<sup>43</sup>.

Este modelo, además de atentar contra la industria tradicional del libro (según dichos autores), es consecuencia del comercio de otros sistemas de entretenimiento (la industria musical, cinematográfica y — aunque ellos no la mencionan— la del videojuego (65).

Dado que la interacción del público es más medible en este medio, sumado a los extensos debates sobre el libro como un bien cultural<sup>44</sup> que no está exento de los gastos de operatividad necesarios, la estrategia económica presentada se

---

43 El crecimiento en la autoedición digital es otro fenómeno interesante, que sobrepasa por mucho los objetivos del trabajo, pero al cierre del 2020, la producción editorial autopublicada casi duplicó su número según cifras del gigante Amazon. Y más interesante es el hecho de la valoración que los usuarios le dan.

44 El economista argentino Fernando Esteves, sostiene las dificultades en la economía del libro y alimenta el tremendo azar que conlleva la publicación en la industria, además apunta que “[e]n un contexto de economía de mercado, el componente empresarial es condición previa y necesaria para la sustentabilidad de un proyecto editorial. Esto obedece a una serie de características distintivas de los productos culturales que los hacen atípicos respecto de otros bienes.” (20,21)

## GASTOS FIJOS Y VARIABLES

<i>Concepto</i>	<i>Unidades requeridas</i>	<i>Cuartillas editoriales</i>	<i>Precio</i>	<i>Total</i>
Pago a autores	17.00	2.00	500.00	8,500.00
Árbitro o comité editorial	3.00		1000.00	3,000.00
Ilustración	1.00		750.00	750.00
Diseño del logotipo	1.00		1000.00	1,000.00
Fotografías por encargo	15.00		150.00	2,250.00
Marcaje, corrección ortotipográfica y de estilo		30.00	40.00	1,200.00
Maquetación de artículos		30.00	40.00	1,200.00
Corrección de primeras pruebas*		30.00	25.00	750.00
Segundas pruebas		30.00	20.00	600.00
Pruebas finas*		30.00	15.00	450.00
<b>Costo de servicios editoriales (preproducción/número)</b>				<b>\$19,700.00</b>
Contabilidad	12.00		500.00	6,000.00
Dominio <sup>1</sup>	1.00		1687.00	1,687.00
Hosting <sup>2</sup>	12.00		200.00	2,400.00
Licencia comercial tipográfica (Alpaca Scarlett)**	1.00		450.00	450.00
Diseño y personalización del sitio (gasto único)	1.00		12,000.00	12,000.00
Administración y mantenimiento del sitio	1.00		2,500.00	2,500.00
<b>Costo de estructura y mantenimiento (primer año)</b>				<b>25,037.00</b>
Dictamen previo	1.00		234.00	234.00
Reserva de derechos como difusión periódica ante Indautor (anual)	1.00		2,218.00	2,218.00
<b>Costo de derechos</b>				<b>2,452.00</b>

1. Considerando la extensión .com, .mx y .com.mx (799+499+389=1,687).

2. El hosting de GoDaddy con un gran espacio y velocidad cobra \$200 mensuales.

alimenta de plataformas digitales que generan un ingreso lento y paulatino, y que además está directamente relacionado con el tráfico que se consiga en el sitio.

Los gastos presentados en la tabla anterior, se clasifican en gastos de preproducción, de estructura y de índole legal de acuerdo con los marcos de la legislación nacional para publicaciones periódicas.

El total presentado por gastos del primer año quedaría de la siguiente manera, con dos números lanzados semestralmente.

Costo DE PRODUCCIÓN PRIMER AÑO				
Costo total de preproducción primer año (por dos números)	2		19,700	39,400
Costo total de estructura y mantenimiento	1		25,037	25,037
Costo de derechos ante Indautor	1		2,452	2,452
Costo total del primer año				66,889
Porcentaje de riesgo	0.1		66,889	6,688.9
Costo final del primer año (CPT)				73,577.9
Costo de producción unitario (CPU)	36,788.95			

A partir del segundo año, algunos costos se reducirían, tales como la estructura del sitio, el pago por el uso comercial de la tipografía Alpaca Scarlett, y el resultado quedaría de la siguiente manera:

Costo DE PRODUCCIÓN A PARTIR DEL SEGUNDO AÑO				
Costo total de preproducción (por dos números)	2		18,200	36,400
Costo total de estructura, mantenimiento y derechos	1		20,805	20,805
Costo total del segundo año				57,205
Porcentaje de riesgo	0.1		57,205	5,720.5

Costo final a partir del segundo año(CPT)				62,925.5
Costo de producción unitario (CPU)	62,925.5			

A continuación, se detallan dos posibles estrategias económicas para solventar los gastos, la primera es una maniobra totalmente independiente, y para la segunda se toma en cuenta la participación en convocatorias nacionales de organismos públicos que permitan absorber porcentaje de estos gastos.

### *Primer escenario*

Como se dijo con anterioridad, muchas de las revistas mencionadas en el análisis de mercado operan con independencia y la estrategia económica en el primer escenario implementa el uso de por lo menos tres plataformas en las cuales de conseguir una postulación positiva se va a llegar (cuanto menos) al punto de equilibrio en el proyecto.

La implementación de banners y conseguir que *Amazon afiliados* haga alianza con el sitio desde donde la revista aportaría visitas a su sitio y ellos pagarían esa interacción.

INGRESO				
<i>Concepto</i>	<i>Número</i>	<i>Meses</i>	<i>Cantidad de Ingreso</i>	<i>Total</i>
Banners estáticos en el sitio	2	12	3,000	72,000
Amazon afiliados	1	12	280	3,360
Total de ingreso				75,360

Amazon afiliados, es un programa que genera comisiones cuando los usuarios son redirigidos a su sitio desde el “afiliado”. Es conveniente recalcar que en el momento de presentar la solicitud para integrarse, se debe contar con un tráfico numeroso (es uno de los requerimientos principales).

El ingreso proveniente de los banners corresponde a tres mil pesos mensuales, precio bastante económico que puede crecer con relación del tráfico de sitio y número de usuarios que lleguen a la página.

Por último, esta estrategia económica puede convivir de forma híbrida con el segundo escenario, lo que además ayudaría a aumentar el margen de ganancia.

### *Segundo escenario*

En este escenario se plantea la posibilidad de que además de obtener ingresos de manera independiente y autogestiva, el producto gane un fondo para apoyo de parte de terceros (hasta el momento, solamente se han localizado por parte del Estado). Estos fondos se enumeran de acuerdo con la pertinencia del producto a los objetivos del programa. En primera instancia está el Programa de Acciones Culturales Multilingües y Comunitarias (PACMYC) como una convocatoria federal que ayuda de manera parcial a dar salida a múltiples bienes culturales con una finalidad social. Su objetivo es

Impulsar el desarrollo integral y una mejor calidad de vida de las y los mexicanos mediante el otorgamiento de recursos para el desarrollo de proyectos a fin de promover el arte y la cultura; conservar las expresiones culturales del patrimonio cultural inmaterial; preservar los bienes que integran el patrimonio cultural material; crear y aprovechar la infraestructura cultural (PACMYC).

En sus reglas de operación puede leerse que está dirigido a sociedades instituidas por un mínimo de cinco personas, para ayudar entre muchas otras expresiones, a la salida de ediciones de revistas. Otorgan un fondo de hasta 100,000 pesos mexicanos como proyecto, y de 40,000 por acción. Este recurso ayudaría a reducir los gastos de estructura (pues también contemplan facturación por gastos en equipo de cómputo y servicios profesionales)

Como otra posibilidad está la convocatoria bianual del Programa de Apoyo a la Producción e Investigación en Arte, Medios y Discapacidad (PAPIAM-D). La cual abrirá (tentativamente) en mayo del 2023.

De resultar ganador, el apoyo cubre hasta 200,000 pesos y se participará en la categoría de Producción en el cual “se reciben proyectos de trabajos artísticos inéditos, realizados con medios tecnológicos y digitales, así como producciones híbridas generadas a partir del cruce entre arte, ciencia y tecnología” (SIC 2021).

Como se dijo anteriormente, ambos escenarios pueden convivir en la estrategia económica. De hecho, es lo deseable. No obstante, se debe estar preparado para el primer escenario.

Se destaca también que algunos de los fondos son entregados de manera diferida y tras la terminación del proyecto, a manera de “reembolso”, lo que provoca la urgencia de obtener capital para mover la maquinaria editorial.

---

## DISTRIBUCIÓN

---

Se espera que el contenido circule de manera gratuita debido al contexto de mercado en el que se ubica el producto. Esto porque todas las revistas de competencia directa (a excepción de *Bitácora pública* en su versión impresa) son de acceso abierto. Como se dijo antes, compiten entre sí con la esperanza de ser leídas. Por esto es importante que la página web no manifieste problemas recurrentes de “caída”. Lejos de eso, que esté constantemente actualizado y con ejercicios recurrentes de publicidad digital. Las maneras de monetizarla son la publicidad en banners estacionarios, es decir, que los anunciantes oferten ahí sus productos o servicios y puedan dejar ahí su contenido durante un mes que sea remunerado para el sitio, así como la apertura de una cuenta en *patreon* para donativos a cambio de beneficios exclusivos.

De igual forma como se mencionó anteriormente se espera compartir de forma regular algunos fragmentos de obra en redes sociales con la intención de incrementar las vistas, ya que es muy importante la cantidad y duración de la estadía de los usuarios para mejorar el posicionamiento que otorga Google a los sitios web. En otros términos, la Optimización en Motores de Búsqueda o SEO (Search Engine Optimization) por sus siglas en inglés. Este posicionamiento se rige en función de muchos factores de carácter interno y externo, envuelve elementos técnicos del sitio, así como sus metadatos y enlazamiento con páginas de terceros.

Así también, se puede utilizar las plataformas de Youtube y Facebook para montar publicidad recurrente en un lenguaje audiovisual desde donde se puedan subir *reels* con periodicidad constante, o incluso transmisiones en *streaming*.

Además, se pretenden establecer dinámicas periódicas con los lectores sobre ejercicios de creación literaria, lecturas en voz alta interactivas, dinámicas para conseguir regalos u otros *souvenirs* de manera exclusiva por sorteos.



Por último, se espera que toda la estrategia gire en torno a incrementar el tráfico del sitio y reunir los requisitos suficientes para postularse en *Google ads* y *Amazon afiliados* y recibir más publicidad remunerada.

A continuación, se adjunta una propuesta de la semana laboral con base en los datos del mayor tráfico de Facebook en el 2020, los cuales son los martes, miércoles y viernes de 9 am. a 1 pm.

También hay que considerar que el público está muchas veces inmerso en un contexto universitario. Es por esto que:

- a) La semana laboral sería los días: martes, miércoles y viernes, por las mañanas, con dos “tomas de contacto”. Por esto se entiende publicaciones, reposteos de artículos nuevos, fotografías nuevas acerca del patrimonio de propiedad exclusiva del fotógrafo del sitio, o bien material audiovisual de los denominados *reels* que no superen el minuto de duración con un firme sentido de divulgación.
- b) Este horario es aproximado, puesto que es importante responder a todos los comentarios de los seguidores, resolver dudas y hacer un seguimiento en la medida de lo posible.
- c) El periodo de prueba durará seis meses para revisar y reconsiderar la estrategia digital.
- d) Como se dijo anteriormente, el objetivo primario es generar tráfico en el sitio, puesto que eso permitirá que la web se pueda postular para publicidad, así como buscar patrocinadores (comercio local, restaurantes, hoteles, compañías de turismo, etc.)
- e) Dado que habrá dos números al año, los cuales saldrán en mayo y noviembre, estos dos meses habrá más publicidad: *reels* referentes al número.
- f) Sobre todo, en los meses de octubre y noviembre se plantea aprovechar festividades como el día de muertos y la natividad del niño Jesús para hacer actividades. Se podría programar una tertulia sobre narraciones paranormales, un concurso de calaveritas literarias, así como de inter-

vención fotográfica temática con premios en especie, esto con el fin de mantener una relación con el público.

El horario tentativo quedará de la siguiente manera: con azul se marcan las *tomas de contacto* con el público, y con amarillo las horas pico con más tráfico.

POR SEMANA LABORAL					
	<i>Lunes</i>	<i>Martes</i>	<i>Miércoles</i>	<i>Jueves</i>	<i>Viernes</i>
10:00					
11:00					
12:00					
13:00					
14:00					
15:00					
16:00					

POR SEMANA LABORAL					
		<i>Semana</i> <i>1</i>	<i>Semana</i> <i>2</i>	<i>Semana</i> <i>3</i>	<i>Semana</i> <i>4</i>
Periodo de prueba 2022	Enero				
	Febrero				
	Marzo				
	Abril				
	Mayo				
	Junio				

Distribución

POR SEMANA LABORAL					
Publicidad tras ajuste de estrategia 2022	Julio				
	Agosto				
	Septiembre				
	Octubre				
	Noviembre				
	Diciembre				

En los meses de mayo y noviembre, el trabajo será intensivo por la presentación de los nuevos números.

Distribución

---

## PLANEACIÓN TÉCNICO-ORGANIZATIVA

---

Partiendo de lo general a lo particular, la revista habitará un soporte eminentemente digital y alcance gratuito con una periodicidad semestral. Alrededor de su tercer año de vida si se han cumplido los objetivos específicos en un porcentaje alto, se pretenden diversificar los contenidos en cada nuevo número y también en función de lo que los lectores pidan, a través de foros y comentarios, como fruto de los nuevos pilares de la discursividad hipertextual. La mayor plataforma de marketing serán posts en diferentes redes sociales que intenten jugar lingüísticamente con el posible lector, o bien despertar su curiosidad con datos relevantes, haciendo uso de términos con actualidad y con manejo asertivo de imágenes. Montar pequeños clips y *reels* con duración de uno o dos minutos sobre los panoramas de actualidad temática que motiven la lectura y la escritura en el público meta.

En general se trata de procurar las necesidades y el tipo de lectura que los usuarios buscan en este contexto comunicativo, virada a la inmediatez y con jerarquias visuales bien establecidas, sin esperar un resultado invasivo ni buscar un consumismo hueco que alimente más la brecha cultural que se vive en el país.

También es importante pensar en “micro narraciones” ilustradas o textuales brevísimas que llamen el interés con pocos golpes de vista y generen un deseo de continuar la lectura cuando se difunda el producto por otros canales digitales.

*Desarrollo del proyecto en la MPE (por mes)*

Semestre	1						2						3						4					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Planeación	■	■	■	■	■	■																		
Investigación de conceptos circundantes al producto	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■												
Diseño de convocatoria (número cero)				■	■																			
Diseño del logotipo definitivo				■	■	■	■	■	■	■	■	■												
Boceto aprobado de diseño				■	■	■	■	■	■	■	■													
Lanzamiento de la convocatoria							■																	
Alquiler de dominio y hosting						■	■																	
Manual de normas							■	■	■	■	■													
Manual de estilos							■	■	■	■	■													
Desarrollo de página web (html5, Css3, JavaScript)										■	■	■	■	■	■	■	■	■						
Asesoramiento de un programador(a) y diseñador(a) en el proceso						■	■	■	■	■	■	■	■											
Cierre de convocatoria (número o)										■														
Conformación de comité dictaminador								■	■	■														
Periodo de dictamen										■	■	■	■											
Formalización de resultados (aceptados número cero)															■									
Formalización del sitio web																			■					
Posts y actividad publicitaria en redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter (con colaboradores)										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Cartas de cesión de derechos													■	■	■	■								
Corrección de estilo (número cero)															■	■								
Corrección de pruebas																	■	■						
Dummie digital (número cero)																				■				
Subida de artículos a softextos.com																			■	■	■	■		
Difusión del número cero																				■	■	■		
Creación de contenidos derivados																					■	■		
Revisión y reconfiguración de la estrategia económica (banners y más)																						■		



*Estrategia teórico-organizativa (orden descendente de izquierda a derecha)*

<i>Texto</i>	<i>Contenido gráfico</i>	<i>Formación</i>	<i>Difusión</i>
Lanzamiento de convocatoria	Limpieza de originales (correcta nomenclatura, correcta resolución, entre otros)	Diseño del logotipo definitivo	Búsqueda de patrocinadores mediante banners
Recepción de originales	Resultados de dictaminación	Bocetaje para la formación de la plataforma softextos.com	Intentos constantes de comunicación efectiva con lectores desde redes sociales
Limpieza de originales/ envío a dictaminación	Retoque de imágenes	Alquiler de dominio y hosting	Apertura de cuentas para donativos: <i>Patreon</i>
Resultados de dictaminación		Diseño web (subir una plantilla a WordPress.org personalizada que funcione con estilos de bootstrap5, y adapte el boceto: retícula, tipografía, entre otros)	Contenido audiovisual derivado que genere expectativa en los lectores
Corrección de estilo		Formación definitiva del sitio	Apertura discreta de una tienda digital para productos derivados

Cronograma

<i>Texto</i>	<i>Contenido gráfico</i>	<i>Formación</i>	<i>Difusión</i>
<b>Corrección de pruebas</b>		<b>“Subida” de los artículos finales</b>	
<b>Pruebas finas digitales y visualización</b>		<b>Publicación</b>	

*Intervención de los colaboradores por orden de trabajo y rol  
(en orden progresivo vertical y de izquierda a derecha)*

<i>Contenidos</i>	<i>Diseño</i>	<i>Distribución/ difusión</i>
<b>Difusión de la convocatoria en web y fuera de:</b> -Roberto Martínez	<b>Formación del sitio web:</b> -Roberto Martínez, responsable. -Daniel Flores (confirmado/ externo): asesoramiento periódico en programación.	<b>Difusión del producto en redes sociales:</b> -Roberto Martínez
<b>Limpieza de originales:</b> -Roberto Martínez	<b>Retoque de fotografías</b> -Gabriel Marquina	<b>Elaboración de material audiovisual derivado:</b> -Gabriel Marquina -Roberto Martínez
<b>Envío al comité editorial:</b> -Roberto Martínez	<b>Formación de artículos</b> -Roberto Martínez	<b>Posts periódicos en redes sociales desde cuentas oficiales.</b>
<b>Dictaminadores:</b> -Ismael Borunda Magallanes: Cuento y minificción. -Antonio Ordaz: Saberes (crónica, reseña y más). -Antonio Outón: Cómic autoconclusivo, fotografía y fragmentos de novela gráfica.	Pruebas finas: -Roberto Martínez	<b>Presentación virtual del número a través de streaming.</b>

Cronograma



<i>Contenidos</i>	<i>Diseño</i>	<i>Distribución/ difusión</i>
<b>Envío y recolección de cartas de cesión de derechos con autores:</b> -Roberto Martínez	<b>“Subida” de los artículos finales a <i>softextos.com</i></b> -Roberto Martínez	<b>Mantenimiento de la página</b>
<b>Corrección de estilo:</b> -Daniela Lorenzana -Roberto Martínez		
<b>Corrección de pruebas:</b> -Carla Jaimes Martínez -Roberto Martínez		

### ***Brevísimas semblanzas de los colaboradores***

Gabriel Marquina: Egresado de la Lic. en Cinematografía Fray Luca Paccioli. Su último cortometraje *Caminos Viejos* (2018) ha sido seleccionado en diversos festivales, entre ellos el *Festival de la Memoria* en España y ganador del *Festival Internacional de Cine y Medios Alternativos (FICMA) 2020*. Se encuentra produciendo un primer largometraje colectivo: *Zaibermex*.

Daniel Flores Guerrero: Ingeniero en Sistemas y Maestro en Ciencias de la computación por el Tecnológico Nacional de México, ha trabajado en ciberseguridad y su trabajo de maestría fue en minería de datos.

Antonio Ordaz: Lic. en Letras Hispánicas y Maestro en Humanidades por la UAEM. En su trabajo de Maestría abordó a la identidad de la mujer como defensa dentro de la escritura literaria Mexicana en la segunda mitad del siglo xx.

Antonio Outón: Curador, historiador y teórico del arte. Ha trabajado por más de diez años en el campo del arte y la tecnología a nivel internacional. Es egresado de la Licenciatura en Historia del Arte por la UIA y Maestro por la UAEM. Su trabajo involucra robótica, tele-presencia, hiperrealidad, software y recientemente, genética aplicada a la práctica del arte en la actualidad.

Ismael Borunda: Lic. en Letras Españolas por la Universidad Autónoma de Chihuahua, Maestro en Estudios de Arte y Literatura y Doctor en Humanidades UAEM. En Maestría estudió aspectos de la ficción de la Nueva Novela Histórica Hispanoamericana desde la teoría de la recepción y en su trabajo doctoral revisó la narración en varios videojuegos pertenecientes al género fantástico a través de la hermenéutica.

---

## CONCLUSIONES

---

En el presente trabajo se abordó desde muy variadas formas la ejecución de una revista digital. Desde la planeación, gestión, diseño, desarrollo, derechos de autor, entre otras. Vuelve a sonar una frase de Gerardo Kloss “en una revista [...] cada quien escribe a su manera [...] con un apellido o con dos, con bibliografía, currículo y *abstract* o sin ellos” (376). Esta aseveración atraviesa todo el proceso. Lo que se pretende decir es que el trabajo vivencial realizado durante el posgrado fue muy enriquecedor desde muchas aristas, y dentro de él surgieron dificultades que como parte del ejercicio editorial se solventaron sobre la marcha, “parchando”, reescribiendo, sustituyendo (por nombrar algunas acepciones del verbo maravilloso e inabarcable: editar) procesos editoriales concretos.

En lo sucesivo, para cerrar el trabajo, permítase hablar sobre el soporte. Los procesos digitales suponen nuevas posibilidades en revistas; expresión dicha hasta el hartazgo (publicación continua, incorporación de nuevos artículos, mayor interactividad, monitoreo y medición de datos, entre otras) mientras muchos otros paradigmas de la edición del libro impreso se mantienen. Es entendible que debido a que el soporte es muy joven (tiene menos de cincuenta años) y posee características que varios teóricos llaman “mutaciones tecnológicas” están aún en construcción y otras más no terminan de asentarse.

Para efectos notorios en la recepción del producto, en primer lugar, el contacto con el soporte es muy diferente. Quizás más maleable, interactivo, pero menos fijo y este trabajo sostiene que existe una presumible brecha generacional que comienza en el acto de leer por parte de generaciones que han nacido en el boom tecnológico (tal como apunta Begoña Gross) pero con pequeñas diferencias que van más allá.

En segundo lugar, los métodos de monetización cambian y no es lo mismo publicitar contenidos en formatos digitales como el epub, disponibles en librerías

en línea, que buscan entrar en el monopolio de un gigante como Amazon; que sitios web autogestivos que buscan amortizar gastos con base en venta de publicidad, micromecenazgo o microtransacciones propias de otros contenidos multimedia.

Además, aunque las fronteras intelectuales (entendidas como territorios conceptuales de discusión) estén buscando delimitar el complejo proceso que abarque una buena definición de lo que se entiende por “libro digital”; autores como Isabel Galina excluyen de su objeto de estudio a los sitios web, concentrándose en las fronteras de los formatos epub y otros formatos de maquetación líquida. Se pretende exponer lo siguiente: estas tecnologías (epub 3 de maquetación fija o líquida, y soportes digitales similares que permiten incrustar audio, video, hipervínculos) tienen que pasar una curva de aprendizaje, por decirlo de alguna forma. Necesitan “madurar” para normalizar y estandarizar su visualización. No así con las posibilidades del lienzo transmedia de la web semántica<sup>45</sup>. Apenas si hace falta conocer un poco de su sintaxis para explorar los resultados y que estos estén propensos a alcanzar una visibilidad gigantesca. Estos esfuerzos de normalización, a cargo de comunidades de expertos desarrolladores, así como el interés de nuevos productores de contenidos editoriales digitales, sumado también al número actual de usuarios con potencial internet, deberían bastar para incentivar el desarrollo y potencial de productos editoriales como el aquí expuesto.

---

<sup>45</sup> Así como las aplicaciones, para móviles y otros dispositivos, aunque ese es otro tema que sobrepasa este trabajo.

---

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

(por campo temático)

### Planeación editorial

**Bonfil, Clara.** “Analizando al público virtual (II). Conectar y profundizar en la relación”. *CCCB LAB. Investigación e innovación en cultura*. Publicado el 02 de febrero del 2016 <http://lab.cccb.org/es/analizando-al-publico-virtual-ii-conectar-y-profundizar-en-la-relacion/> tomado el 24 de octubre del 2020.

**Caracas Sánchez, Bianca y Moisés Ornelas Hernández.** “La evaluación de la comprensión lectora en México. El caso de las pruebas EXCALE, PLANEA y PISA”. *Perfiles educativos* vol. 41 (164). Abr-Jun. 2019. México: UNAM. 8-27p. <https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2019.164.59087>

**Eres Fernández, Isabel y Paulo Almedia Seemann.** “Un estudio sobre los cambios lingüísticos del español escrito en las charlas informales por internet”. *Trab. Lingüística Aplic.* 48 (1), Ene-Jun. 2009. Brasil 153-170 p. [https://repositorio.usp.br/bitstream/handle/BDPI/6464/art\\_FERNANDEZ\\_Un\\_estudio\\_sobre\\_los\\_cambios\\_linguisticos\\_del\\_2009.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usp.br/bitstream/handle/BDPI/6464/art_FERNANDEZ_Un_estudio_sobre_los_cambios_linguisticos_del_2009.pdf?sequence=1&isAllowed=y) tomado el 24 de octubre del 2020.

**Garzón Bohórquez, Aida Patricia.** “Influencia de las TIC en la escritura juvenil contemporánea”. *Actualidades pedagógicas*. (68). Jul-dic. 2016, 135-157p. doi: <http://dx.doi.org/10.19052/ap.3745>

**IBBY México.** “Diagnóstico de prácticas de lectura en niños y jóvenes en México y propuesta”. Febrero de 2016. Tomado de [https://www.senado.gob.mx/comisiones/biblioteca/docs/diagnostico\\_practicas\\_lectura.pdf](https://www.senado.gob.mx/comisiones/biblioteca/docs/diagnostico_practicas_lectura.pdf) el 10 de octubre del 2020.

- INEGI.** “Módulo sobre Lectura (MOLEC). Principales resultados febrero 2020”. Tomado de <https://www.inegi.org.mx/programas/molec/default.html#-Documentacion> el 12 de octubre del 2020.
- João França. Tonatiuh López:** “El error de los museos es querer crear un público; la vida ya está creada, hazte cargo de ella”. *CCCB LAB. Investigación e innovación en cultura*. Publicado el 20 de octubre del 2020. Tomado de <http://lab.cccb.org/es/tonatiuh-lopez-el-error-de-los-museos-es-querer-crear-un-publico-la-vida-ya-esta-creada-hazte-cargo-de-ella/> el 24 de octubre del 2020.
- Kloss-Fernández del Castillo, Gerardo.** Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor. Práctica social, normatividad y producción editorial. México: Santillana, 2007.
- Macleod, Morna, Dubravka Mindek, Jorge Ariel Ramírez Pérez (coordinadores).** *Violencias graves en Morelos: una mirada sociocultural*. México: UAEM-FES-Cuautla. 2016. 252 p.
- Márquez Jiménez, Alejandro.** “Sobre lectura, hábito lector y sistema educativo”. *Perfiles Educativos*, Vol. 39 (155), Ene-Mar., UNAM, México, 2017, 3-18p, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13250922001>.
- Peña González, Rodrigo y Jorge Ariel Ramírez Pérez (coordinadores).** *Violencias en Morelos. Atlas de la seguridad y violencia en México. Versión 2015*. Cuernavaca: UAEM-CASEDE. 2015 .173p. Digital.
- Ruiz Navarro, José.** “La planificación y dirección estratégica de la cultura”. *Manual Atalaya de Apoyo a la Gestión Cultural*. Tomado de <http://atalayagestion-cultural.es/capitulo/planificacion-direccion-estrategica-cultura> el 12 de octubre del 2020.
- UNESCO.** “La lectura en la era móvil. Un estudio sobre la lectura móvil en los países en desarrollo. Una mirada desde México”. <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Mexico/miradamexico.pdf> tomado el 8 de octubre del 2020.

## Diseño y desarrollo web

**Bootstrap Team.** “Breakpoints”. <https://getbootstrap.com/> . Tomado en marzo del 2021.

\_\_\_\_\_. “Grid System”. <https://getbootstrap.com/> . Tomado en marzo del 2021.

\_\_\_\_\_. “Typography”. <https://getbootstrap.com/> . Tomado en marzo del 2021.

**Caldwell, Cath y Yolanda Zapatterra.** *Diseño editorial. Periódicos y revistas/Medios impresos y digitales.* (2ª ed). España: Gustavo Gili. 2016.

**Gauchat, J.D.** *El gran libro de HTML, CSS y Javascript* (3ª ed). Barcelona: Marcombo. 2017.

“**HTML tutorial**”. <https://www.w3schools.com>. Tomado en enero del 2021.

**Lupton, Ellen (editora).** *Tipografía en pantalla. Una guía para diseñadores, editores, tipógrafos, blogueros y estudiantes.* España: Gustavo Gili. 2014.

**Muñoz, Antonio.** “Mejores plugins para crear una galería de imágenes en WordPress”. Publicado 14 de diciembre del 2020. <https://www.webempresa.com/blog/mejores-plugins-crear-galeria-imagenes-wordpress.html>. Consultado el 20 de abril del 2020.

**Santo Orcero, Daniel.** UF1583: Diseño gráfico de productos editoriales multimedia. España: ic editorial. 2014.

## Derecho de autor

“**Dirección de reservas de derecho**”. *Indautor*. [https://www.indautor.gob.mx/accesibilidad/accesibilidad\\_reservas.html](https://www.indautor.gob.mx/accesibilidad/accesibilidad_reservas.html) consultado en octubre del 2021.

“Ley de fomento para la lectura y el libro”. Ley Pública. 24 de julio 2008.

“**Ley federal de derecho de autor**”. Ley Pública. 24 de diciembre 1996.

**Serrano-Fernández, M, C. Hornero-Méndez, R. Sánchez-Leria y L. Vázquez-Pastor.** “Tipos de licencia creative commons”. *Conoce los derechos de autor*. España: Universidad Pablo de Olavide, Biblioteca/CRAI. 2016.

### **Estrategia económica**

**Hall, Franía.** El negocio de la edición digital. Una introducción al mundo de las publicaciones electrónicas. México: FCE. 2017.

**Magadán Diaz, Marta y Jesús Rivas García.** “Digitalización y Modelos de Negocio en la Industria Editorial Española”. *Journal of Technology Management & Innovation*. 14(1), Santiago de Chile: Universidad Alberto Hurtado. 2019,63-72.

**Mellado, Arantxa.** “La evolución de las especies (editoriales)”. *Actualidad editorial*. 2012. <https://www.actualidadeditorial.com/la-evolucion-de-las-especies-editoriales-autoedicion/>. Consultado en octubre 2021.

**“Reglas de operación”.** PACMYC. 2020.[https://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx/pdf/2020/Reglas\\_de%20Operaci%C3%B3n\\_2020.pdf](https://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx/pdf/2020/Reglas_de%20Operaci%C3%B3n_2020.pdf) consultado el 30 de octubre del 2021.



---

**ANEXO 1: MANUAL DE NORMAS Y  
CRITERIOS EDITORIALES**

---

# Manual de normas de la revista



# **Manual de normas y criterios editoriales**

*Hay un dicho según el cual cada profesión sabe lo que tiene que hacer para esconder sus equivocaciones: “cuando el médico se equivoca, sus errores los entierra; cuando el abogado se equivoca, los encierra; cuando el arquitecto se equivoca, los tapa con hiedra”. Bien, pues cuando el editor tiene errores, en vez de esconderlos, les saca copias y las promueve, las distribuye, las vende al público y las exhibe ante la crítica.*

*Gerardo Kloss, El papel del editor*

# CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
<b>POLÍTICA EDITORIAL</b>	<b>9</b>
Enfoque	9
Política de revisión	10
Selección de comité editorial	11
Aspectos éticos para los revisores	11
Política de privacidad	12
Política de Acceso Abierto	12
De la recepción a la pantalla	12
<b>INSTRUCCIONES PARA AUTORES</b>	<b>14</b>
Bases generales para la recepción de originales	15
Literatura	15
Cuento	15
Fragmento o capítulo de novela	17
Poesía	19
Saberes	19
Reseña	20
Crónica	22
El uso de expresiones malsonantes	24

Bases generales para originales gráficos	24
Fotografías	24
Ilustraciones	26
Viñetas	27
<b>CRITERIOS EDITORIALES</b>	<b>29</b>
Enfoque descriptivo	29
Usos	30
Mayúsculas:	30
Acentuación en algunos casos problemáticos	33
Onomatopeyas	34
Abreviaturas	35
Abreviamentos	35
Abreviaturas	35
Siglas y acrónimos	36
Números	37
Epígrafes, dedicatorias y pies de foto o ilustración	40
Sistema de citación: MLA octava edición	40
Signos	41
Comillas	41
Cursivas	43
Negritas	44
La raya y el guión	44

El abuso de... puntos suspensivos	46
Estilo de párrafo	47
Nombres	47
Extranjerismos: entre otros anglicismos	47
Nahuatlismos	48
Léxico “vago” o “genérico”	49
Atención: solo recomendaciones	50
<b>APÉNDICE</b>	<b>51</b>
Dudas frecuentes para autores	51
Consideraciones de estilo	52
Introducción: medidas relativas	52
Estilos tipográficos	52
Gandhi Sans	52
Versalitas	53
Imágenes	53
Sobre los casos no especificados en este manual	54
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>55</b>

# INTRODUCCIÓN

“EN TEXTOS LITERARIOS Y MÁS AÚN EN POESÍA, UN CAMBIO A LA FORMA INVOLUCRA UN CAMBIO PROFUNDO EN EL SIGNIFICADO” DIJO alguna vez una correctora de estilo bastante experimentada. Es por eso que el fin de este manual no es establecer una serie de normas que acoten y desdibujen el estilo y creatividad del autor. Sino establecer unas directrices claras respecto a ciertas convenciones lingüísticas que tienden a ser problemáticas desde un enfoque descriptivo en el acto de la comunicación escrita.

La jornada hacia la creación literaria desde una particular concepción (creemos por lo menos, como una institución editorial) es el trabajo constante sobre la forma de transmitir un mensaje que puede nacer en un momento de inspiración pero que es pulido en función de la autocrítica y edición. Difícilmente algún otro proceso será más pensado que el de la escritura. Es por eso que en el paso del manuscrito a la publicación se requieren pruebas constantes que aseguren su entendimiento. Esta revista se especializa en textos de creación breves y de divulgación pensados para el medio digital que tendrán un consumo en muchos casos a través de un *smartphone*.

Buscando este fin, se explican en las siguientes páginas determinados criterios que se han decidido utilizar respecto al uso de determinados elementos paratextuales y ortotipográficos con la finalidad de brindar identidad a los contenidos de esta publicación. Está de más recalcar que también se hace necesario definir parámetros acerca de la manera en la que deben llegar los elementos gráficos antes de comenzar el proceso editorial.



El presente escrito se divide en tres partes: políticas editoriales, un panorama general de instrucciones para autores en la presentación de originales y la selección de criterios editoriales.

No nos queremos despedir sin antes mencionar que la edición es una tarea multidisciplinaria que necesita bases firmes y esperamos que este documento pueda verse como un esfuerzo para trabajar en conjunto con los autores y presentar de la mejor manera posible el contenido.

Con cariño, los editores

# POLÍTICA EDITORIAL

## Enfoque

ESTA REVISTA SE DEFINE COMO UNA PUBLICACIÓN LITERARIA Y DE DIVULGACIÓN DIGITAL INDEPENDIENTE NATIVA DE MORELOS, SIN una orientación política definida. Tiene una periodicidad semestral, es de acceso abierto y está montada y gestionada desde un dominio web con licencia comercial.

El objetivo primordial de la revista es publicar trabajos literarios inéditos escritos en lengua española de autores noveles hispanohablantes cuya expresión artística esté inspirada en el análisis, rescate, crítica o problematización de temas de patrimonio cultural material e inmaterial.

Además de la expresión artística, una sección de la revista (la denominada “Saberes”) busca publicar artículos de divulgación no especializados sobre estos mismos temas con un fin informativo dirigido hacia un público medianamente joven y sobre todo a estudiantes de nivel licenciatura que se estén formando en humanidades, artes y otras disciplinas de ciencias sociales.

Los textos reunidos en la publicación no dejan de ser observaciones particulares de fenómenos concretos y no pretenden incrustarse en un ambiente altamente académico, ni tampoco contracultural, sino despertar el interés y motivación de un público joven y sobre todo universitario, como se ha dicho, a través de un enfoque (en todo caso) testimonial.

En México hay un sinfín de literatura inspirada en la gran riqueza lingüística; en ritos, costumbres y tradiciones; monumentos arqueológicos o relatos de tradición oral.

En el estado de Morelos, las expresiones literarias pueden versar sobre la identidad agricultora, la alabanza o el rechazo a figuras históricas regionales o los constantes paisajes rurales denominados eufemísticamente como “en vías de desarrollo”. Algunas de estas observaciones son resultado del estudio de la riqueza natural mezclado (por ejemplo) con el enfoque historiográfico, y da pie a la composición de expresiones literarias y artísticas conjeturadas siempre por la observación particular.

En el municipio de Tepoztlán, como oriundos del lugar, a pesar de su fama como destino turístico, se encuentran aún vestigios de una visión colectiva otrora bastante particular, fusionada con la tradición oral. Este tipo de exploraciones discursivas pueden abordar textos no solamente desde la añoranza, sino también desde el repudio y exploración cultural de otras facetas del patrimonio.

## **Política de revisión**

Esquemáticamente lo que se hace con el manuscrito es una limpieza de original (en caso de necesitarse) por parte del equipo editorial para enviarse a un proceso de revisión “a la ciega” por un comité editorial experto basado en la pertinencia y enfoque para su publicación, rechazo, o publicación con cambios. El objetivo es validar los trabajos autorales en un juicio experto además del editorial por medio del formato de revisión correspondiente.

## Selección de comité editorial

Los criterios tomados para la selección del comité editorial de la revista son los siguientes:

- cumplir con los valores éticos e imparciales que la revista propone.
- no tener un conflicto de intereses de por medio al momento de realizar la revisión.
- la revisión de un manuscrito deberá tener una duración máxima de quince días hábiles.

## Aspectos éticos para los revisores

Los revisores entregarán un informe firmado con su revisión previamente brindado por el equipo editorial.

Es por esto mismo que los revisores deben cumplir con al menos tres criterios éticos básicos:

- no deben tener algún conflicto de intereses con los autores, sus trabajos o las instituciones de las que ellos vienen.
- deben escribir el informe con un registro respetuoso y argumentado de acuerdo con sus observaciones sobre el texto y no emitir juicios descalificativos hacia el autor.
- deben guardar confidencialidad sobre el material brindado, las revisiones que han realizado, así como los resultados a los que han llegado.

## **Política de privacidad**

Se hace constar que los datos proporcionados por autores, revisores y colaboradores (datos institucionales, correos, manuscritos, entre otros) se utilizarán con el propósito de normalizar los metadatos de la página web y no se difundirán ni utilizarán con otros fines, ni en beneficio propio del equipo editorial. Lo mismo aplica a las colaboraciones que se marquen como rechazadas.

## **Política de Acceso Abierto**

La revista se adhiere a la Declaración de Berlín del 27 de Marzo del 2007 sobre acceso abierto al conocimiento de contenidos digitales ya que dicha libertad para los usuarios propicia el intercambio global y el alcance de material humanístico y literario de calidad.

## **De la recepción a la pantalla**

El texto que finalmente aparecerá publicado en la revista seguirá el siguiente esquema básico: se lanzará semestralmente una convocatoria para autores en las que se respetarán los pasos fijados para la recepción de originales descritos en las “Instrucciones para autores” de manera imparcial.

Una vez cumplido el plazo fijado, éstos se someterán a una revisión a la ciega de parte de un comité editorial experto que pueda medir la pertinencia de las propuestas recibidas en las que se evaluará de forma autónoma la forma y el fondo del manuscrito.

Una vez dictaminados los trabajos, los resultados se publicarán a través de [www.softextos.com](http://www.softextos.com).

Los autores aceptados se someterán a una firma de cesión de derechos patrimoniales de manera individual y vía remota en la que den consentimiento a la reproducción de su obra escrita y se les reconozcan en todo momento sus derechos morales.

No se debe olvidar en ningún momento que la revista transita únicamente en el medio digital y está incrustada dentro de las publicaciones de índole literaria-cultural.

## INSTRUCCIONES PARA AUTORES

EN LA INTRODUCCIÓN A *LA SEDUCCIÓN DE LAS PALABRAS* ÁLEX GRIJELMO ESCRIBE: “NADA PODRÁ MEDIR EL PODER QUE OCULTA UNA palabra. Contaremos sus letras, el tamaño que ocupa en un papel, los fonemas que articulamos con cada sílaba pero [...] el espacio [...] que contiene su poder de seducción, se desarrolla en los lugares más espirituales, etéreos y livianos del ser humano” (13).

Creemos, como institución editorial por lo menos, que la palabra no es una evasión a la desesperada, sino un acto que queda plasmado a la posteridad. Ha tenido un carácter testimonial indubitable para nuestra construcción social y hemos convivido con ella (nos ha alimentado, mejor dicho) desde el vientre.

La lingüística, como campo de estudio, celebra poco más de cien años desde el *Curso de Lingüística General* de Saussure y en estas épocas de historia social es importante describir con conciencia los fenómenos de nuestro alrededor. Pero la forma, (la bendita forma) requiere destreza. Una vida sobrada de especialización y tecnificación en el uso del lenguaje que quizás no es necesaria para plasmar buenas ideas, pero sí recomendable para entender los aparatos internos de nuestro discurso que las acompañan.

Las convenciones del medio escrito nos obligan a editarnos, y dudar siempre de nuestras letras: “entregar el ciento diez por ciento para recibir el ochenta en el mejor caso” debería leerse en la inscripción para quien desee practicar el oficio. Todo esto sin olvidar además que la Literatura entre sus muchos componentes es (aunque no exclusivamente) un acto de comunicación.

## Bases generales para la recepción de originales

En este apartado se registran las especificaciones concernientes a la entrega del material original para empezar el proceso editorial. Se divide en dos grandes rubros: la creación artística y los textos de no ficción.

### Literatura

Todo material será recibido a través de documentos digitales doc o docx como documentos adjuntos en correo electrónico con tipografía Times New Roman a doce puntos y doble interlineado, los nombres de archivo no deberán tener acentos ni otros caracteres especiales y ser lo más breves posibles. Deben evitarse los espacios entre palabras, en su lugar utilizar guiones bajos o *underscores*. El nombre del documento debe contener el nombre del autor y el título del trabajo (autor\_título).

### **Cuento**

Para los fines de esta publicación, el cuento se define como una ficción en prosa que relata eventos lógico-cronológico-causales y se manifiesta con libre expresión formal. En éste pueden converger elementos intradieгéticos y extradieгéticos con el orden discursivo que mejor se considere.

- Debe estar originalmente escrito en lengua española.
- El cuento debe tener pertinencia temática explícita, simbólica, o por lo menos aludida al eje temático general que se propuso en la convocatoria de la revista el cual no será demasiado alejado del análisis sobre el patrimonio cultural material e inmaterial.



- El léxico utilizado no deberá ser misógino, homofóbico, ni atentar contra cualquier otra minoría. Así tampoco debe incitar a la violencia a menos de que éste se tome como una licencia literaria que esté presente con el fin de generar verosimilitud en el cuento o con una intención irónica o sarcástica.
- El vocabulario utilizado dentro de la ficción deberá ser también congruente y verosímil: el personaje de un niño de doce años, sometido a explotación infantil de “viene viene” en los años noventa en el centro de México no se puede expresar como Doctor en Filología.
- Toda opinión y crítica (política, social, científica, etc.) expuesta en este género es responsabilidad de quien la presenta y no de la revista.
- La extensión máxima del cuento no deberá sobrepasar los 7,500 caracteres con espacios. Esta decisión no es aleatoria y se tomó con base en las necesidades y condiciones perceptivas del público al que la publicación se dirige, así como el medio en el que está publicado.
- Cualquier caso de plagio encontrado será rechazado y de encontrarse en el momento de estar ya publicado, correrá bajo la responsabilidad del autor, autora o autores que presentaron dicho texto como suyo. Esto se especificará dentro de la sesión de derechos escrita.

En la medida de lo posible se evitará el uso de construcciones sintácticas, flexiones verbales o modas ortotipográficas por influencia de otras lenguas: construcciones pasivas abundantes, gerundios de posterioridad y altas en cada palabra de títulos y subtítulos (por mencionar algunas). Finalmente:

- El cuento opcionalmente puede contar con un epígrafe o dedicatoria, pero no ambas. Además estos no deberán sobrepasar una longitud de 200 caracteres con espacios.
- El título no deberá sobrepasar las quince palabras.
- El autor debe distinguir entre el signo de raya (—) y el guion medio (-) así como los usos de cada uno.
- El cuento puede estar firmado por el nombre completo del autor, o con su nombre artístico, mote o seudónimo. Esto no lo exenta de presentar sus datos oficiales en el trámite de sesión de derechos.
- El cuento deberá tener un único autor, aunque de presentarse el caso se evaluará la pertinencia de incluir a dos o más autores.

### ***Fragmento o capítulo de novela***

Se trata de compartir una fracción representativa de un trabajo más extenso. Es por eso que el autor debe ser un curador que entienda a la perfección cuál es el fragmento de su obra que cuenta con una estructura interna que le permita actuar aisladamente.

En la historia literaria hay muchísimos fragmentos de una novela que funcionan como relatos. Baste citar “La novia fantasma” dentro de la novela transgresora *El Monje* de Mathew Gregory Lewis, o “El invitado de Drácula”, prelude de la novela de Bram Stoker. Más cercanos a nuestra tradición literaria se encuentran los diversos fragmentos reproducidos independientemente de *Cien años de soledad*, o de *El llano en llamas* entre mil ejemplos más. Es por eso que el fragmento o capítulo de novela:

- Deberá tener coherencia y una estructura lógica interna.
  - Deberá apegarse al eje temático propuesto en la convocatoria.
  - No limitarse a un conjunto de *cliffhangers* que comiencen y dejen el texto en puntos de suspenso que se resuelvan en otro momento de la historia no publicada con intenciones abiertamente comerciales.
  - Puede compartir el nombre de la novela entera, o bien tener un nombre independiente como capítulo. No obstante, no debe titularse simplemente:
    - a) II, III, capítulo cinco, seis, prólogo, epílogo
  - o cualquier otro nombre parecido. Estos son títulos demasiado genéricos para generar interés de manera aislada. En su lugar, como se dijo anteriormente, se deberá colocar el nombre de la novela acompañado de la leyenda “fragmento” entre paréntesis:
    - b) Mis demonios sonrientes (fragmento).
- o bien el nombre propio del capítulo
- c) Mi demonio pícaro.
- El fragmento o capítulo de novela podrá contar opcionalmente con una epígrafe o dedicatoria, pero no ambas.
  - Y tener un máximo de tres subtítulos o apartados propios al interior del fragmento o capítulo.
  - El fragmento deberá tener una extensión máxima de 7,500 caracteres con espacios.

## **Poesía**

Definir bases poco flexibles sobre la construcción poética es muy complejo y puede resultar contraproducente. Aún así. Para fines de esta publicación se reconoce la libre expresión formal del poema. Desde un tratamiento caligrámico, visual, verso libre, formas poéticas con rima de arte mayor o menor, así como cualquier otra expresión poética y simbiótica con lo visual conocida.

La extensión del poema no deberá sobrepasar los 3,000 caracteres con espacios.

De igual manera, el léxico utilizado no debe manifestarse como misógino, homofóbico, ni atentar contra cualquier otra minoría. Así tampoco debe incitar al odio o violencia a menos de que se tome como una licencia poética o en un sentido de ironía o sarcasmo.

En el proceso de corrección de estilo se corregirán en la medida de lo posible, las erratas, fallas ortográficas, errores gramaticales o de continuidad; esto no quiere decir que se corrijan licencias poéticas o figuras retóricas que involucren un cambio intencional en el uso del lenguaje: apócopes, calambures, aliteraciones, neologismos, entre muchas otras más. Aunque la barrera es delgada, el estilo se respetará.

## **Saberes**

Los documentos, como se dijo antes, se entregarán digitalmente como doc o docx en documentos adjuntos en correo electrónico con tipografía Times New Roman a doce puntos y doble interlineado, los nombres de archivo no deberán tener acentos ni otros caracteres especiales y ser lo más breves posibles. Deben evitarse los espacios entre palabras, en su lugar utilizar guiones bajos o *underscores*.

El título del documento debe contener el nombre del autor y el título del trabajo (autor\_título). Si por alguna razón se desean incluir imágenes para apoyar su argumentación, éstas deben enviarse como archivos independientes en tiff, jpg o png con las características descritas más adelante en “bases para originales gráficos”. Además es recomendable incrustarlas como miniaturas dentro del documento y hacer llamados a ellas en el momento exacto de su aparición. No se debe olvidar que se reciben un máximo de tres imágenes por artículo.

### **Reseña**

Esta expresión deberá encontrarse escrita en prosa y en lengua española. Su fin es ante todo informar y dar una descripción general del producto cultural sobre el que el autor decida comentar. Éste debe tener una argumentación clara, aunque no explícita a la hora de enviar los componentes de su texto.

Se reciben en este apartado reseñas de trabajos literarios, pero tampoco es un requisito indispensable. Se pueden incluir reseñas a proyectos fotográficos, plásticos, audiovisuales o culturales que tengan actualidad y pertinencia.

También se pueden incluir reseñas sobre trabajos *Work in Progress* de proyectos artísticos y culturales que demuestren una realización de más del setenta por ciento.

Las bases generales para la recepción de reseñas son las siguientes:

- Utilizar en la medida de lo posible una voz impersonal que otorgue cierta objetividad al texto. Es preferible utilizar expresiones como:
  - a) La película promueve el rescate de nuestro patrimonio entre los más jóvenes

que

b) La película me impactó.

- Evitar el uso de expresiones generalizantes que pequen de ambiciosas y delaten una falta de investigación:
  - a) Con este cortometraje propongo instaurar un nuevo género fusionando elementos de la ciencia ficción y el costumbrismo que nunca antes se habían explorado.

En su lugar se recomienda el uso de expresiones como:

- b) En este cortometraje se visibiliza algo poco explorado dentro de la ciencia ficción mexicana.
- El autor no debe olvidar en ningún momento que la intención de la reseña es comunicar.
- Se debe evitar el uso de frases hechas y vagas, con adjetivos que en determinado momento comienzan a ser vacíos:
  - a) El texto resulta muy profundo
  - b) El trabajo del poeta es grandioso

Como en los ejemplos anteriores. En su lugar es preferible hacer uso de una argumentación más clara que justifique los motivos del empleo de dicho adjetivo.

- a) La investigación que Ordaz realizó es pertinente, dado que el análisis sobre el uso de las voces femeninas en la Literatura Mexicana del medio siglo son escasas.
- Se debe hacer uso de un léxico que pueda ser ampliamente comprendido por un estudiante de dieciocho años .
- La extensión máxima para reseñas es de 5,000 caracteres con espacios.

## **Crónica**

Para los fines de esta publicación, se entiende por crónica a una narración en prosa en la que se exponen hechos con una base real que sigue un orden narratológico consecutivo. Esta crónica se puede presentar con un estilo y carácter imaginativo para describir aspectos de la realidad que se está narrando, o bien mediante el uso de una argumentación más explicativa y justificada. La crónica, por lo menos dentro de la revista se reconoce como un género abiertamente híbrido entre lo literario y lo periodístico.

De acuerdo con los subgéneros existentes, en esta revista se aborda la crónica literaria; que retomando una idea de García Márquez (dicha en una entrevista transcrita hecha por Gilberto Bello) es “la novela de la realidad [...] la rama del periodismo que más se acerca a la literatura en cuanto a la forma de recolección de información, de la organización y del ojo que analiza” (1991).

Para la redacción de la crónica, el autor no debe olvidar que se debe contar con una estructura ordenada. La temporalidad es un aspecto sumamente importante, por lo que se debe evitar el uso de construcciones sintácticas en tiempos imperfectos que expresen un deseo no realizado por parte del hablante, puesto que una crónica es en cierto punto una observación particular de un hecho tangible que ya sucedió

- a) *La fiesta pudo haber sido grandiosa si yo hubiera estado ahí.*

Aunque ésta no es una norma que se deba seguir a rajatabla, ya que por diversos usos el autor puede tener una intención de expresión muy particular. Así que el empleo de estos tiempos es permitido siempre que el resultado no genere confusión.

En sus características formales, la crónica requerida en la revista:

- Debe haber sido escrita originalmente en lengua española.
- Se sugiere utilizar la primera y la tercera persona.
- No se recomienda el uso de una voz narrativa en segunda persona, pero llegado el caso, se pondrá a consideración del comité editorial.
- El narrador puede adquirir un carácter omnisciente, o deficiente. Así también puede hacerse uso de un narrador protagonista o testigo dentro de la crónica.
- Deberá utilizar un léxico que, como se ha dicho antes, pueda ser comprendido por un lector promedio de dieciocho años.
- Se puede abordar la fecha exacta del momento en el que el autor se sitúa en el texto (a modo de subtítulo), esto por un carácter de reforzamiento emocional o estilístico hacia el lector:

a) **8 de septiembre**

El ímpetu festivo me abraza dentro de la plaza cívica con el ritmo del teponaztle [...]

b) **9 de septiembre**

Esa mañana, muy temprano, subimos a la montaña en caravana con atuendos prehispánicos [...]

- Se puede incluir en ella, opcionalmente un epígrafe o dedicatoria, pero no ambos.
- El título de la crónica no deberá exceder las quince palabras.
- La extensión del texto no deberá sobrepasar los 7,500 caracteres con espacios.
- La crónica presentada, puede incluir una bibliografía básica



de entre tres y cinco fuentes de acuerdo con los criterios del sistema de citación parentético MLA octava edición.

## **El uso de expresiones malsonantes**

Como se reiteró en los párrafos anteriores, no es recomendable el uso de un léxico despectivo que incite a la violencia o al odio a menos de que éste ayude a la construcción de verosimilitud del relato, se use con una intención de ironía o sarcasmo, o esté correctamente justificado de alguna otra manera.

Esto no se traduce en que la revista tenga un conflicto con la expresión literaria realista, *sucia*, *noir* u otras. En todo relato hay un pacto de verosimilitud por parte del espectador que no se debe romper. Suplir términos lingüísticos propios de la jerga de un personaje con determinada construcción sociocultural, geográfica o generacional por el hecho de ser “ofensivos” o “inapropiados” le arrebatara redondez al personaje. No obstante, el uso gratuito de estos términos puede generar la idea de una finalidad más morbosa que reflexiva o deconstructiva del lenguaje literario como una representación ideológica. Con el fin de evitar ese tipo de interpretaciones es que se ha decidido justificar el uso de estos términos como parte de un criterio editorial.

## **Bases generales para originales gráficos**

### **Fotografías**

Se distinguen dos tipos de usos de acuerdo con el tipo de propuesta que se trate. Esto se traduce en diferentes especificaciones técnicas en la solicitud de las fotografías. Si se trata de elementos que se utilizarán en la composición de artículos de índole gráfica la resolución mínima esperada está en los 3,000 píxeles por lado,

y una profundidad de bits de 300 dpi. Para alcanzar la resolución esperada en la pantalla.

En caso de que los autores por motivos diversos no puedan conseguir esas características se aceptarán propuestas con 2,500 píxeles por lado con 72 dpi, pero no menos.

Los tipos de formatos aceptados son jpg, svg, png y tiff.

Cada una de las fotografías deberá tener un pie de foto en la que se indique el autor, año y título o descripción enviado en un documento (doc, docx) aparte o en el cuerpo de texto del correo.

La nomenclatura de las fotografías en todos los casos deberá incrustarse como: autor\_primera palabra del nombre de la propuesta\_número (de tratarse de un trabajo secuencial).

a) López\_Sombras\_1.jpg

El segundo escenario para el uso de fotografías dentro de la revista es cuando se utilizan al interior de artículos pertenecientes a la sección *Saberes*. En este caso el autor del texto necesita saber que dichas fotografías deben ser de su autoría o se deberá comprometer a conseguir el permiso genuino de reproducción de las mismas.

En este caso las especificaciones técnicas son las siguientes:

- Los formatos aceptables son el svg, jpg y png.
- El tamaño mínimo aceptado es de 1,200 píxeles por el lado más angosto.
- La resolución no debe ser menor a los 72 dpi.

En este caso, dentro de su artículo escrito se debe incluir una miniatura de la imagen, así como un llamado dentro del texto exacto al momento en el que la fotografía debe acompañar e

ilustrar el punto que el autor explica:

- a) Los chinelos se manifiestan en el ocaso (véase fotografía 1) mientras la banda despega los labios de la copa de la trompeta.
- Todas las fotografías deben enviarse al correo electrónico *softextos@gmail.com*.

## **Ilustraciones**

Se permiten diversas técnicas de ilustración en la revista. No obstante, en todo momento se debe tener presente que las ilustraciones deben ser de autoría propia. Si lo que se plantea es la recepción digital de una ilustración física (por ejemplo, hecha con grafito) lo más recomendable es hacer una digitalización de ésta en formato svg con una profundidad de 300 dpi y con un tamaño mínimo de 3,000 píxeles por su lado más angosto (en función de la naturaleza de la imagen y las proporciones entre el ancho y alto de su formato).

El formato svg no tiene pérdida de información visual, fenómeno que sí aparece en el formato jpg y similares. El formato svg es el recomendable si los autores esperan que el resultado sea de mayor calidad.

Si lo que se va a recibir es una ilustración nativa digital, o elaborada analógicamente pero retocada o trabajada con paquetería Adobe (photoshop, illustrator, entre otros) o similares, al momento de la conversión se deberá respetar una profundidad de bits mayor a 72 dpi y convertir la ilustración en formato svg, jpg, o png con un tamaño no menor a los 3,000 píxeles por el lado más angosto.

-

- Al igual que con las fotografías, deberá indicarse de forma escrita y en cuerpo aparte los datos mínimos del autor, fecha, y título.

## Viñetas

La palabra ‘viñeta’ viene del francés *vignette*. En una definición es el espacio pictográfico mínimo de representación espacial y temporal. Para los fines de esta revista, la viñeta puede abordar un lenguaje híbrido entre texto e imagen o uno netamente visual. La aceptación de la colaboración de los autores no se limita por el estilo de su representación o estilo gráfico, sino en función, sobre todo, de la relación con los temas que en ella se abordan, de acuerdo con los ejes temáticos propuestos.

La construcción secuencial de viñetas tendrá un máximo de doce elementos por artículo, que deberán contar con las siguientes características técnicas:

- Los formatos aceptados son los siguientes: svg, jpg, png, gif.
- El método de color a la entrada del archivo debe ser en *rgb* pues se trata de una publicación digital.
- La resolución debe ser superior a los 72 dpi y un tamaño mínimo por lado de 3,000 píxeles.
- De la misma manera, de no tratarse de viñetas nativas digitales, el método más recomendable para presentación de originales es hacer una digitalización INDIVIDUAL DE CADA VIÑETA en formato svg con las características anteriormente descritas.

- La nomenclatura de las viñetas debe ponderar su secuencialidad, por lo que bastará el número que ocupa en la representación gráfica final:
  - a) Vineta\_1, vineta\_2, vineta\_3<sup>1</sup>
- Además, en cada propuesta de viñeta es indispensable contar con un documento pdf en el que se vea la secuencialidad y representación gráfica total que el autor imaginó.
- La tipografía utilizada en la viñeta deberá ser perfectamente legible y contar con un tamaño proporcional suficiente. Es importante rectificar la ortografía y redacción del texto, puesto que no podrá hacerse una posterior corrección sobre la imagen, y esto puede desencadenar en su rechazo para su publicación.

---

1 Al momento de enviar el material por correo electrónico, no es recomendable utilizar caracteres especiales (eñes, acentos). Esto puede causar problemas para la mensajería virtual. Por esta razón es obligatorio escribir 'vineta' y no 'viñeta'.

## CRITERIOS EDITORIALES

### Enfoque descriptivo

QUE LA REVISTA SIGA UN ENFOQUE DESCRIPTIVO QUIERE DECIR QUE SE PRETENDEN RAZONAR (O POR LO MENOS SER CONSCIENTES) DE las motivaciones por las cuales determinadas comunidades lingüísticas se apegan a una grafía determinada. Los términos de *correcto* o *incorrecto*, en contraposición con un enfoque prescriptivo, son mucho más problemáticos y deben respetar una lógica más profunda. Muy por lo general, el enfoque descriptivo además pretende tomar en cuenta la voz viva los hablantes, lo cual es muy pertinente a la hora de hacer corrección a la expresión literaria, pues se delimita (como cualquier otro texto) entre otros factores, por la situación generacional, social y temporal de sus autores.

Un gran exponente del enfoque descriptivo (desde nuestro parecer) es el editor mexicano Gerardo Kloss, quien distingue entre la norma *culta* y la *usual* por un lado, como posturas opuestas de carácter prescriptivo y la norma *razonada* como categoría que surge para intentar hermanar a las primeras (390-391). Para él la norma razonada es aquella en la que “la regla, la norma usual y la norma culta están imposibilitadas para establecer un acuerdo” (391).

Además Kloss dice que

los criterios de corrección y estilo sólo pueden discernir lo apropiado de lo inapropiado desde un juicio que se ajuste a las condiciones específicas de cada casa editora.

Esta apropiación es un elemento fundamental de la competencia lingüística: dado que el lenguaje instituye formas de interacción social, no se podría considerar lingüísticamente competente a una persona que sólo se ajustara todo el tiempo a la regla, a la norma usual o incluso a la norma culta, puesto que cualquiera de las tres cosas limitaría sensiblemente su poder de comunicación (Kloss 191).

Para el desarrollo de los siguientes apartados se tomaron en cuenta los libros: *Ortografía y ortotipografía del español actual* de José Martínez de Sousa, *Redacción sin dolor* de Sandro Cohen, recomendaciones generales de Gerardo Kloss en *Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor*, y *El papel del editor. El proceso productivo en la industria editorial. Un modelo general razonado*, así como *El libro de estilo de la lengua española según la norma panhispánica*, fragmentos de *La cocina de la escritura* de Daniel Cassany además del *Manual de estilo del diario el país*.

Con el objetivo de agilizar la lectura no se citan muchas de las recomendaciones presentadas.

## Usos

### Mayúsculas:

Se hará uso de la mayúscula inicial en los casos siguientes:

- Después de cualquier punto y aparte, punto y seguido, al iniciar un párrafo o al introducir una cita a bando.
  - a) Venancio corrió. Justo detrás estaba una ambulancia

- Al inicio de cualquier título, subtítulo, epígrafe o dedicatoria y también después del cierre de signos de admiración, exclamación o suspensivos siempre que éstos terminen un enunciado.
  - a) A Francisca Villa...
  - b) ¡Levántate y anda!

Así también al inicio de diálogos directos de un personaje.

- a) —¡Me dices que no es suficiente!
- Al iniciarse una pregunta o serie de preguntas si éstas no están separadas por comas, o puntos y comas
    - a) ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Dónde?
  - Al iniciar un nombre propio, incluso si éste tiene como partícula indisociable de su nombre una palabra que no pertenece a la categoría de un sustantivo:
    - a) El Cid, Gabriel García Márquez, Ernesto “Che” Guevara, Uruguay.

no obstante, si el artículo u elementos que acompañan al sustantivo no son parte indisociable del nombre, deberán ir en minúscula:

- a) la serie de Doraemon nos presenta [...]
- Se consideran como nombres propios dentro de la revista los nombres artísticos, mote, seudónimos y otros adnominales de autores o de personajes de ficción. Por lo tanto deberán escribirse con mayúscula inicial incluso si llevan artículos, conjunciones o preposiciones:
    - a) Flor Amargo, Silvestre Aphrodite,
    - b) Paco “El Chato”, Oscar “El Zurdo” Mendieta, Héctor Belascoarán Shayne.



- Para nombres de obras literarias, películas, videojuegos u otros productos culturales reconocibles solo irá la mayúscula inicial:
  - a) *El señor de los anillos, The witcher III<sup>2</sup>, Pulp fiction, La increíble y triste historia de la cándida Eréndira y su abuela desalmada, Shingeki no kiojyn.*
- En el caso de publicaciones periódicas se hará caso a la norma extendida en la comunidad y se incluirá en mayúscula inicial cada palabra de los títulos, a excepción de los artículos, proposiciones o conjunciones; a menos de que éstos inicien el título:
  - a) *Letras Libres, El Cuento, México Desconocido, Relatos e Historias de México.*
- Para fines de esta publicación serán permisibles las mayúsculas reverenciales al referirse a deidades, religiones, grados académicos, grados heredados, títulos de realeza, campos de estudio, entre otros:
  - a) el Papa, Mahoma, Dr. Hierro, Lic. Valeriano, *El Corán*, Satanás
  - b) era un Hidalgo de corta envergadura; Mario, el Conde de Valladolid.
- Las onomatopeyas se escribirán en la mayoría de los casos solamente con mayúscula inicial. Aunque en el caso de las viñetas, que están atadas a otras convenciones lingüísticas en las que se otorga un valor al impacto visual y longitud de la onomatopeya, se deja a criterio del autor.
  - a) ¡Pum!, ¡Zaz!, ¡Taz!

Hay diversos nombres que generan una duda frecuente sobre

---

2 En estos ejemplos, el artículo empieza el título.

el uso de mayúscula inicial. En el caso de nombres de eventos cívicos, académicos, festivos, congresos, entre otros; se utilizará la mayúscula inicial en todos los elementos que tengan un significado semántico relevante:

- a) Festival Internacional de Cine y Medios Alternativos (FICMA)
- b) Tour de Cine Francés en Cuernavaca

No obstante, haciendo caso a Martínez de Sousa en su *Manual de Ortografía y Ortotipografía del Español Actual*, cuando aparezca por segunda vez mediante una anáfora en el discurso (238), aparecerá en minúsculas.

- a) dicho festival se celebra en mayo [...]
- b) el citado tour [...]

### **Acentuación en algunos casos problemáticos**

No está demás decir que todas las palabras escritas en mayúsculas que necesiten tilde deberán llevarla.

- Los pronombres demostrativos (ese, éste, aquél) deberán acentuarse, así como sus derivaciones y marcas de género y número.
- El acento diacrítico diferenciará por ejemplo entre
  - a) mi, tu (adjetivos posesivos)
  - b) mí, tú (pronombres personales)
  - c) aun (sinónimo de *hasta* o *incluso*) y
  - d) aún (acentuado siempre que pueda sustituirse por *todavía*).

Otro ejemplo pertinente es el caso de ‘sólo’ y ‘solo’, puesto que aunque el debate ha perdido actualidad hay arcaicos que apelan a la aparente ambigüedad léxica. Para esta publicación se ha decidido caer en el arcaísmo y acentuar el adverbio de modo, siempre que se pueda confundir en el enunciado con el adjetivo, si no hay riesgo no se acentuará.

a) sólo fui al baño.

b) solo fui al baño.

Son frecuentes los nombres propios que se transcriben literalmente de otras lenguas sin castellanizar, en estos casos se ha de respetar la grafía de la lengua en la que estén escritos y no la española.

a) Oscar Wilde, Heidegger, Züleyha, Sian Ka’an, Ixchel

No así con otras palabras (en su mayoría prestamos léxicos) que estén ya bastante incrustadas en nuestro idioma y que la rae reconozca. Éstas deberán acentuarse de acuerdo con las reglas del español.

a) Sándwich, láser, escáner, entre otras

Como ‘googlear’ que está todavía en el observatorio de palabras de la rae.

## Onomatopeyas

Como se dijo antes, las onomatopeyas tienen la particularidad de que para fines del producto se encontrarán la mayoría de las veces maquetadas dentro de un original gráfico, eso aunado a que su catalogación gramatical resulta un poco problemática. Algunos teóricos las reconocen como un tipo de interjección y otros como miembros de una categoría diferente.

Este tipo de palabras presentan una grafía que no sería permisible en otras partes y situaciones del discurso:

a) ¡Shhhh!, ¡Zazzz!

Los signos de admiración en estos casos no son obligatorios y también es permisible que las onomatopeyas puedan presentarse en mayúsculas. No obstante, si el autor las utiliza en altas, debe utilizarlas así sistemáticamente a lo largo de su trabajo.

En el caso de situaciones como

a) Ja- ja -ja

Es preferible escribir sin los guiones

b) Ja ja ja

## **Abreviaturas**

### ***Abreviamientos***

Los elementos apocopados que son ya reconocidos por la RAE irán en redonda:

a) metro, moto, bus, cole

Pero otros más generacionales e informales

b) depre, profe, seño, porfi

deberán escribirse en cursiva la primera vez que se mencionan.

### ***Abreviaturas***

Su uso en cuerpo de texto ha de evitarse a menos de que sea necesaria en la construcción de textos literarios. Se utilizarán

en notas, semblanzas, pies de foto o bibliografía.

- Éstas siempre llevarán el punto final.
- Las abreviaturas irán con mayúscula inicial según sea la naturaleza de la palabra que representan (si provienen de un nombre propio o no). Además si una letra concreta va acentuada, la abreviatura no la exime de colocar la tilde:
  - a) Admón.
- ‘Etcétera’ no se escribirá abreviado, sino desatado siempre que se utilice en cuerpo de texto.

### **Siglas y acrónimos**

La primera vez que aparezca el nombre de la institución, en el cuerpo de texto deberá estar su nombre desatado y las siglas entre paréntesis y en versalitas.

- b) Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)

Cuando vuelva a aparecer, sólo deberá presentarse las siglas, sin punto entre ellas y en altas.

En el caso de los acrónimos, de igual manera la primera vez que se mencionen deberán estar desatados y después escribirse con mayúscula inicial.

- a) Conacyt, Unesco, Unicef, Conabio.

No obstante, hay acrónimos que han adquirido prácticamente un nuevo significado y se han vuelto parte del léxico con posibilidades de flexión y derivación lingüística en español, en este caso irán en minúsculas y sin necesidad de desatarse la primera vez que aparezcan:

- a) ovni, sida.

Cuando la sigla o acrónimo se acompañe de un artículo, éste deberá concordar correctamente en género y número:

- a) La UAEM, la Fundéu, la Conabio

## **Números**

Se preferirá el uso de los números desatados siempre que éstos se refieran a cantidades “cerradas”, y este uso es obligatorio del cero al diez:

- a) uno, nueve, diez, mil, millón, diez millones, cincuenta mil millones
- b) Había tres mil quinientos soldados de pie bajo el fuego abrasador

Si por el contrario, lo que se debe escribir es un número de diversos dígitos que resultara antieconómico al presentarse desarrollado, se preferirá el uso del guarismo:

- a) La cantidad de hablantes de náhuatl asciende a 1,448,936, concentrados sobre todo en la zona centro sur del país.
- Los guarismos se separarán en miles, millones y mil millones con comas y dejando un espacio, nunca con puntos.
  - Si el número comienza una oración después de un punto, deberá ir desatado y no en guarismo.
  - Dentro de la categoría de Literatura se reservará el derecho de escribir desatada la estructura de expresiones como porcentajes:
    - a) El hombre recostado recordaba su adolescencia, mientras su batería marcaba el ochenta por ciento

- No obstante, si estos usos son parte de una serie o argumento en textos de divulgación, deberá escribirse con guarismo y con el símbolo:
  - a) El 40 % de la comunidad originaria del pueblo (el 57% de ellos son campesinos) son inmigrantes latinos que viven al otro lado del charco y manifiestan repudio a su patria.
- Para indicar la hora, se preferirá escribir el número desatado dentro de textos literarios:
  - a) eran las cinco de la tarde
  - b) llegó media hora después
  - c) la amedrentaron en la oscuridad de la medianoche.

Lo mismo aplica para los días y meses: se optará por el número desatado a discreción del área de no ficción, en casos de requerirse mayor especificidad y resulte más económico el uso del guarismo:

- a) En la veintena del séptimo mes, ella tocó a mi puerta otra vez.
  - b) Querido diario: hoy es veintiocho de julio y amaneció nublado.
  - c) Las lluvias de cuaresma terminaron el 27 de agosto en el poblado [...]
- Para textos de divulgación, (o textos literarios en los que el autor optó por utilizar un *falso testimonio*, entre otras posibles explicaciones) se utilizará a discreción de los correctores el uso de guarismos siempre que el uso desatado de los números resulte antieconómico:

a) Los últimos 135 días del año representan un ciclo sano de agricultura para el maíz antes de la cosecha.

b) *06 de septiembre*

[...] los preparativos han terminado.

*07 de septiembre*

La tradición empieza solemne. Un teponaxtle conducido por un veterano nahua al fondo que horas antes estaba exhibido en la presidencia municipal, comienza a sonar [...]

De necesitarse el uso de fracciones se elegirán los guarismos, separados por el símbolo “/” en cuerpo de texto:

a)  $3/5$  partes, lo que equivale a 223 km<sup>2</sup> de la reserva ecológica del Chichinautzin

Los años se escribirán por lo general con guarismo, pero no así las décadas:

a) Entre los años 1995 y 1996 estalló el movimiento social por el club de golf en el municipio [...]

Pero

a) Fue en los veinte del siglo pasado, luego del destierro de Díaz que la hacienda azucarera de Huautla comenzó[...]

El uso de números romanos queda reservado para títulos en nombres propios, subtítulos en entrada a artículos y siglos.

a) Enrique IV el hermoso,

b) I, II, III

Estos últimos se escribirán con altas y no con versalitas.



## **Epígrafes, dedicatorias y pies de foto o ilustración**

Los epígrafes o dedicatorias deberán ir escritos preferentemente con cursivas y deben tener un carácter breve que no sobrepase las cuarenta palabras. En los epígrafes, al tratarse de una reproducción textual de otro autor se dejará con cursiva, alineado a la derecha respecto al resto del artículo y en redondas el nombre del autor y obra.

Los mismo para las dedicatorias.

Los pies de foto o ilustración estarán alineados a la izquierda y contarán con tres datos: título o descripción, autor y año en ese orden. Irán en puntaje menor (aproximadamente 20 pixeles, pero al estar maquetados con medidas relativas no es una medida confiable).

El autor deberá comenzar por el nombre y un apellido, las excepciones se darán cuando se trate de un autor corporativo o venga firmado por un nombre artístico, así como el tener dos o más autores. Estos se dispondrán en orden alfabético tras colocar al que aparezca primero en la fuente original.

Los pies de foto o ilustración pueden omitirse siempre que resulten redundantes, haya llamados en el cuerpo de texto o la imagen esté ya mencionada en la entrada del artículo.

## **Sistema de citación: MLA octava edición**

Para el caso de los artículos de “Saberes” se puede abordar una lista de referencias básica de entre tres y cinco fuentes. Estas citas y referencias aparecerán de acuerdo con el sistema parentético de MLA que actualmente va en su octava edición. Este sistema es muy conocido en humanidades y específicamente en el campo de la Lengua y Literatura. Se puede encontrar alguna información en

el siguiente enlace:

<https://style.mla.org/works-cited/citations-by-format/books/>

La estructura básica de citación parentética es mencionar el nombre de autor y la página sin coma, aún si no se trata de una cita textual, sino de paráfrasis.

- a) Yolanda Corona afirmaba que “durante todo el año se despliegan innumerables fiestas que implican una organización comunitaria constante y la inversión de muchos recursos materiales” (55).
- b) todo el año innumerables fiestas patronales organizan al pueblo y generan gastos que deben cubrirse en el pueblo (Corona 55).

Sobre la estructura general de referencias, MLA inicia por el autor (apellido, nombre), seguido del título de la fuente y del contenedor, editor y año. No obstante, como todo sistema citar diferentes fuentes implica especificaciones diferentes. Es por eso que debe evaluarse el caso de manera particular.

No se debe olvidar que no se trata de textos académicos, sino textos de divulgación. Aún así, de incluirse referencias éstas deberán estar correctamente hechas. MLA es bastante amigable en ese sentido. De aparecer una nueva edición se debe hacer caso a los parámetros enunciados en ella, aunque no aparezca referenciado en este manual.

## Signos

### Comillas

Las comillas dentro de la revista se utilizarán más habitualmente para reproducir citas textuales dentro de los artículos o trabajos

literarios, siempre que sean menores de cuarenta palabras (caso contrario irán a bando, como lo estipula MLA). Así también se utilizarán a la hora de reproducir diálogos indirectos dentro de un cuento, o fragmento de novela.

No es obligatorio introducir el cambio de la voz poética de esta manera en el caso de la poesía, aunque puede utilizarse si el autor así lo desea.

- a) Citando a Páez, “cualquier costo es elevado, para el acérrimo comprador usurero” (81)
- b) J.R. sintió la codicia hervir en su interior “el oro escondido he de encontrar” pensó [...]

Las comillas también se utilizan cuando se refiere entre ellas a capítulos o cuentos publicados dentro de un libro.

- a) En Roberto Bolaño “La parte de los crímenes” de 2666 se ha referido ya mil veces.

Se utilizarán comillas para indicar apodos de algún personaje o autor siempre que estos acompañen al nombre

- a) Paco “El chato”, Juanga “El divo de Juárez”.

Si aparecen solos, irán en redondas

- b) El Che era gran apasionado del ajedrez.

No llevarán comillas (sino cursivas) títulos de canciones, de videojuegos, series, etcétera, a menos de que éstas se estén refiriendo en la parte final de un artículo de divulgación dentro de la mesografía consultada para la elaboración de acuerdo con las normas de MLA.

Se utilizarán comillas para indicar un uso sarcástico, irónico o figurado en determinadas palabras o estructuras sintácticas por parte del hablante.

- a) tu nombre es “fenomenal” Pancracio Teófilo.

Los signos de puntuación irán siempre después del cierre de comillas.

En caso de necesitarse el uso de comillas dentro de una frase ya entrecomillada se colocarán comillas sencillas (") y en última instancia, comillas angulares (« ») aunque su uso no es recomendable.

## Cursivas

Las cursivas se utilizarán para referirse a títulos completos de obras artísticas, científicas, culturales, entre otras.

También en los títulos de publicaciones periódicas.

- a) Dentro de *Las manos de mamá* de Nellie Campobello se encuentra una simbología de la tierra en su segundo poema en prosa.

Así palabras y frases de otras lenguas que no se han castellanizado al utilizarse en el texto, y por lo tanto, no están adaptadas a la gramática del español y mantienen su grafía original.

- a) El *croissant*, *La Dolce Vita*

Es común que en el ámbito periodístico se utilicen cursivas cuando se habla en un sentido figurado, irónico y sarcástico, pues como dice Sandro Cohen “de este modo no es posible confundir una cita con una palabra que deba entenderse de manera sarcástica y figurada” (227), no obstante, para finalidades de la revista se recomienda el uso de comillas cuando se enumera uno de estos tres sentidos de la palabra por el hablante.

Y por otro lado irán en cursivas las palabras que se necesiten resaltar por motivos diferentes a los anteriormente descritos (ironía y sarcasmo) entre el resto del párrafo, para ayudar a la claridad o pertinencia del texto. Así es probable que cumpla estas funciones estilísticas en textos sobre todo literarios y en la introducción de tecnicismos en los textos de divulgación.

a) El ornitorringo *francés* tocó el saxofón como un soprano en nota Do.

b) Esto se denomina fonema *bilabial oclusivo*

Así dentro del maquetado siempre se utilizará la etiqueta lógica `<em></em>` y no la etiqueta física `<i></i>` cuando aparezcan en los artículos.

## Negritas

Su uso debe evitarse en cuerpo de texto, se utilizarán sobre todo en titulares. Cuando se utilicen deberán maquetarse desde HTML5 como se refirió con anterioridad con su etiqueta lógica o semántica y no física. Es decir `<strong></strong>` y no `<b></b>`

## La raya y el guión

La raya se utiliza para introducir oraciones parentéticas y no debe existir espacio entre ellas y la frase que enmarca. La frase siguiente debe separarse por un espacio, a menos de que exista una coma, la cual irá pegada a la raya.

a) Las mojarras hogareñas —al mojo de ajo— de Coatetelco saciaron mi hambre esa tarde.

Como señala Sandro Cohen las rayas representan oraciones parentéticas más lejanas a la oración principal que las que

se señalan por comas (221). No obstante, en ciertas situaciones, como en una inundación de oraciones parentéticas el uso excesivo de comas puede generar confusión y la raya ayudará a salir de ello.

La raya también tiene una función específica en textos narrativos y es la de indicar diálogos.

En estos casos puede no existir raya de cierre si el párrafo termina con un diálogo, de lo contrario deberá cerrarse para indicar una acotación. En todos los casos el diálogo deberá escribirse con mayúscula inicial

- a) —Estoy maravillado con la pirámide.
- b) —¿Mucho trabajo?— preguntó [...]

Por su parte, los guiones se utilizan como conectores de palabras con una relación cercana.

El guion también indica la separación de una palabra a la línea siguiente. Así también se utiliza en ciertas palabras compuestas, y aunque hay palabras “que por ningún motivo deben llevar el guion” (Cohen 225), al formarse un neologismo que sea poco frecuente y pueda entenderse de más de una manera en la lectura deberán llevarlo:

- a) el tecno-arte
- b) las influencias romántico-modernistas

No así con ‘hispanoamericana’, ‘sociocultural’ y muchas otras palabras compuestas que se han lexicalizado en áreas de lengua o literatura.

## El abuso de... puntos suspensivos

En ningún caso se colocarán más de tres puntos seguidos.

No se podrán colocar después de la palabra 'etcétera', pues resulta redundante.

La palabra posterior a los puntos va separada por un espacio, la anterior va pegada a ellos.

Si existiese una coma o signos de interrogación o admiración irán después de ellos y nunca antes.

Dependerá de la naturaleza de la estructura sintáctica y semántica colocar minúscula después de los puntos suspensivos, ¿se complementa la proposición anterior o comienza otra? Así también está permitido que los puntos suspensivos terminen un párrafo o diálogo directo de personaje con un sentido enfático:

a) —Entonces... somos el polvo del hombre.

b) —Mientras tanto...

Álex extendió el muñón a su padre. Ambos se sentaron en el viejo sillón de cuero.

pero no se debe abusar de este recurso.

c) Encontraron... polvo... tierra... vid... y dejaron... ¿Qué fue lo que dejaron?

Se debe intentar respetar más el uso de estos signos en el caso de textos literarios que en las entradas de divulgación. En el ejemplo anterior se podría fácilmente resolver con comas.

## Estilo de párrafo

El párrafo dentro de la revista será de estilo moderno y sin sangría. A una razón de interlineado de 140 por ciento, con la tipografía *Gandhi Sans* y el espacio entre párrafos responderá a una razón de interlineado de 240 %; para textos se utilizará un total de tres puntajes.

Al tratarse de una revista digital maquetada como sitio web el texto se comportará de manera distinta en función del ancho de pantalla de los diferentes dispositivos, pero el tamaño de cuerpo de texto aproximado será de 22 pixeles declarado en la hoja de estilos en cascada o CSS (por sus siglas en inglés) con medidas relativas para evitar rupturas de visualización innecesarias.

Dentro de la maquetación se utilizarán las etiquetas lógicas brindadas por el lenguaje de marcado de hipertexto o HTML5, es decir etiquetas de resalte con valor semántico en contraposición a las que son netamente físicas. Así se utilizará `<em></em>` y no la etiqueta física `<i></i>` cuando se utilicen cursivas, ya que aunque sea en un nivel minúsculo, contribuyen al posicionamiento de la página en buscadores.

## Nombres

### ***Extranjerismos: entre otros anglicismos***

Todo nombre proveniente de voces extranjeras que se use en un artículo o entrada de la revista deberá resaltarse en itálicas la primera vez que se menciona en el texto. No obstante, la segunda vez que aparece no es necesario y puede estar en redondas.

- a) La transmisión en *streaming* duró cerca de tres horas. Este tipo de streaming (casero e informal) es el que la modernidad ha adoptado como batuta.



- b) El cineasta además utiliza técnicas de *Storytelling* que dejan elementos por encima.

### **Nahuatlismos**

Los nombres en lenguas originarias, sobre todo dentro de la sección “Saberes” de la revista, suponen un reto grande en cuanto a corrección. Es el mejor ejemplo de la necesidad de la existencia de la norma razonada. Hay nombres con una adaptación fonética bastante generalizada en la comunidad hispanohablante de México:

- a) Iztaccíhuatl, Popocatépetl, Ometéotl, Ometochtli, Tepoztécatl, entre otros.

Pero hay muchos otros que no tienen un estudio lingüístico tan localizable; nombres de personas o topónimos muy locales con nombres que respetan la grafía de la norma usual, tal es el caso de:

- b) Cuaquiahuac.

Esta palabra, topónimo de una colonia local de un municipio de Morelos, será suficiente para describir un fenómeno morfológico frecuente en la transcripción de sustantivos provenientes del náhuatl: en ‘Cuaquiahuac’ que presumiblemente viene de [kuawelikatl] ‘kuawel’ palo ‘kah o ika’ partícula que designa la preposición *con* y ‘atl’ agua<sup>3</sup> dos de los cambios más notables de la palabra son la sustitución de los fonemas ‘tl’ por el más reconocible en español ‘k’ además de una metátesis en la vocal ‘i’ que facilita su pronunciación a los hablantes del español. Llegado este caso, ¿cómo debería

---

3 Esta es una opción posible de reconstrucción lingüística anacrónica de elaboración propia, pues lo permiten las reglas de composición del náhuatl por ser una lengua altamente aglutinante (tomando para dicha reconstrucción, además, las variantes geográficas dialectales más cercanas: una variación del náhuatl del estado de Guerrero).

escribirse?, posiblemente debe escogerse la norma usual sobre sus posibles bases léxicas.

Como el fenómeno será frecuente y como se ha dicho son palabras que pueden no tener un estudio morfológico fácilmente localizable o incluso no tenerlo, se debe emplear la norma razonada y escribirse además en cursivas la primera vez que aparecen en el texto y en redondas la segunda vez.

- a) La tradición oral cuenta que en la cima del *Chalchitepetl* se esconde un tesoro oculto por “Los plateados” desde el siglo XVIII. Cada nochebuena, cuando niño desde el Chalchi llegaba el olor a tierra mojada.

### Léxico “vago” o “genérico”

“Dad a las cosas la dignidad de su propio nombre” (148) escribió Daniel Cassany como estudioso del lenguaje. De otro modo el encanto natural y ritmo de la lengua se convertirá en un léxico monótono. No obstante tampoco se trata de garigolear los adjetivos de más.

Antes se dijo que en caso de buscarle un enfoque a la revista este es testimonial. Es por eso que es recomendable que las colaboraciones expresen con claridad esa realidad que intentan representar. El corrector puede encontrarse en el texto con un abuso de comodines genéricos y debe en su lugar colocar palabras con un significado más específico.

Lo mismo va con el empleo de adjetivos que resulten demasiado vagos que se encuentren sobre todo en los artículos de divulgación. Lo “grandioso”, lo “malo”, lo “actual”, puede especificarse y justificarse. Por supuesto los campos semánticos de la palabra que sustituyen al comodín deben en la medida de lo posible, respetarse.

El mismo Cassany ejemplificaba con algo parecido a la siguiente frase “la niña subió al árbol para ver el nido de pájaros”, mucho más exacto “Jacinta trepó la encina para ver el nido de gorriones” (148).

### **Atención: solo recomendaciones**

“Un cambio a la forma involucra un cambio profundo al significado” volvemos a repetir, más todavía en textos literarios. Además “la ‘ceguera de imprenta’, con la cual se pierde progresivamente la capacidad de detectar los errores” (Kloss 283) es otro factor en contra para la labor humana.

El estilo [...] es la prueba más concreta de la polisemia del lenguaje, que permite a diferentes escritores relatar o describir aproximadamente los mismos contenidos de diversas formas, seleccionando determinadas palabras en lugar de otras, [...] construyendo diferentes énfasis sonoridades, intensidades, ritmos, emociones e imágenes mentales” (Kloss 287)

El estilo ha de respetarse. Es por eso que estas son recomendaciones generales que se evaluarán respecto a la pertinencia del discurso para la colaboración final, no los pasos de una receta que pueda aplicarse en todo momento y en las mismas condiciones. La sistematización de la ortotipografía en la revista es, por otra parte, una tarea necesaria. Que tendrá sus errores permisibles en su generalidad, pero reprochables en su singularidad.

## APÉNDICE

### ***Dudas frecuentes para autores***

- ¿Debo pagar por publicar?

No.

- ¿Las colaboraciones se pagan?

En este momento de su historia, la revista no puede reeditar las colaboraciones.

- ¿Los revisores sabrán mi nombre al revisar mi trabajo?

La revisión se hace “a la ciega”, los datos del autor dentro de todo el archivo se eliminan en la limpieza del original. Ellos además tienen el compromiso ético de guardar confidencialidad.

- Si un trabajo mío es aceptado, ¿puedo volver a publicar?

Sí, en el siguiente número cuando se ponga en marcha de nueva cuenta el aparato editorial.

- ¿Existe un límite de categorías en las que puedo participar?

Usted puede participar en un máximo de dos categorías con dos textos diferentes. En caso de que ambos sean aceptados no habría problema alguno.

- ¿Puedo arrepentirme y retirar mi texto del proceso editorial en la revista?

Sí, de acuerdo con las normativas de la ley federal de derecho de autor que rigen a México. Se puede consultar más información en el siguiente link:

<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfda.htm>

## Consideraciones de estilo

### ***Introducción: medidas relativas***

La visualización depende en gran medida del ancho del dispositivo, ya que se utilizan los estilos desde bootstrap 5 por medio de CDN, el primer punto de quiebre sucede alrededor de los 900 píxeles y el otro entre los 450 píxeles de ancho. Además, los objetos de la página en su mayoría se deben maquetar en medidas relativas como dictan las *buenas prácticas* del diseño. Por último a manera de introducción se ha mencionado antes que en el lenguaje de marcado de hipertexto o HTML5 existen etiquetas lógicas y no solamente físicas que contribuyen (aunque sea minúsculamente) a mejorar la visibilidad de la página en los buscadores.

La tipografía escogida, Gandhi Sans declarada entre las propiedades en CSS3 puede verse afectada por algún motivo. Entonces el navegador la reemplazará por la tipografía *Lato* o incluso una sans serif genérica. Estos fenómenos de visualización escapan ya del control del editor.

### ***Estilos tipográficos***

Existen tres puntajes dentro del comportamiento tipográfico: titulares, cuerpo de texto y botones de acción. Además de las distinciones cursivas, bold y por supuesto regular. Estas propiedades declaradas en em, porcentajes y viewports (vw) se alinean de acuerdo a los puntos de quiebre por bootstrap. La caja de texto en párrafo moderno se reacomoda de manera líquida.

### ***Gandhi Sans***

Esta tipografía tiene una altura de “x” generosa y va con una

razón de interlineado de 140 %

- entre titular y cabecera: 4 em
- epígrafe o dedicatoria y cuerpo de texto: 2 em
- caja de texto: 65% del viewport
- Declarado en CSS:
- `@font-face: {`
  - `font-family: "Gandhi sans"; 'lato'; 'sans-serif';`
  - `src: url ("../fuente/gandhi sans-Regular-webfont.woff")`
  - `format("woff");`
  - `line.height: 1.4`
  - `}`
- Párrafo moderno no justificado.

### ***Versalitas***

Aplicable como clase con las siguientes propiedades básicas en CSS

- `.versita {`
  - `font-variant: common-ligatures; small-caps;`
  - `font-size: 2em;`
  - `color: #444;`
  - `background: none;`
  - `}`

### ***Imágenes***

Varían de acuerdo con la naturaleza del artículo. Tienen un

aspecto mayoritario de 4:3, existe la maquetación de galerías en slide para entradas de índole gráfica y posiciones estáticas con un efecto en pseudoclase *hover* de zoom dentro del marco contenedor en miniaturas. Dentro de artículos de divulgación su posición es del lado izquierdo en otro <div> dentro de la caja de texto. Regularizar el aspecto siempre que sea posible a 4:3

El gestor de contenidos genera tres tamaños para imagen que se utilizan de acuerdo a la vista responsiva. Miniatura, mediana y grande.

## **Sobre los casos no especificados en este manual**

Seguramente hay muchas cuestiones no resueltas en este manual al dirigirse a la práctica, en ellas se seguirá la norma razonada y el manual se seguirá nutriendo de esos errores. La lengua está siempre viva, y continuamente introduce préstamos léxicos, pero también sintácticos. Las modas generacionales son también un aspecto para considerar, entre muchos otros.

Pero existen algunas certezas: si se establece un juicio solamente normativo, además de alejarse del enfoque patrimonial que se propone en la revista, se caerá en graves errores de comprensión en los motivadores del uso particular del lenguaje. No obstante, es necesario localizar el punto de equilibrio, pues el español estándar es también el necesario para la comprensión de la comunidad hispanohablante en la práctica escritora.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bello, Gilberto. "El periodista es hoy en Colombia un corresponsal de guerra" (conversación con García Márquez). *El Espectador*, 14 de enero de 1991.

Cassany, Daniel. *La cocina de la escritura*. Anagrama, 1996.

Cohen, Sandro. *Redacción sin dolor* (6ta edición). Booket, 2020.

Grijelmo, Álex. *La seducción de las palabras*. Santillana, 2000.

Kloss-Fernández del Castillo, Gerardo. *Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor. Práctica social, normatividad y producción editorial*. Santillana, 2007.

Lupton, Ellen (editora). *Tipografía en pantalla. Una guía para diseñadores, editores, tipógrafos, bloggers y estudiantes*. Gustavo Gili, 2014.

*Manual de estilo del diario El País de España*. Consultado en [https://www.academia.edu/9983158/Manual\\_de\\_estilo\\_de\\_el\\_pa%C3%ADs](https://www.academia.edu/9983158/Manual_de_estilo_de_el_pa%C3%ADs) el 26 de febrero del 2021.

Martínez de Sousa, José. *Ortografía y ortotipografía del español actual. (OOTE 3)*. Trea, 2014.

Modern Language Association. *The mla handbook*, New York: MLA, 2016.



RAE Y ASALE. *Libro de estilo de la lengua española según la norma pan-hispánica*. Planeta, 2018.

Santo Orcero, Daniel. *UF1583: Diseño gráfico de productos editoriales multimedia*. Ic editorial, 2014.

El presente manual se terminó en junio del 2022. Para su formación se utilizó la tipografía Gandhi Sans, diseñada por Cristóbal Henestrosa y Raúl Plancarte con la colaboración de Gabriela Varela y David Kimura.

---

## **ANEXO 2: FORMATOS DE DICTAMEN**

---

## Guía de apoyo para dictamen revista *SOFTEXTOS*

Nombre del revisor \_\_\_\_\_

Título de la propuesta \_\_\_\_\_

Autor \_\_\_\_\_

Fecha de recepción \_\_\_\_\_

### Literatura

#### Observaciones generales:

Pertinencia del texto con el eje temático	
Extensión	
Estructura	
Exceso de problemas de redacción (si los hay)	
Originalidad y creatividad	
Coherencia interna de la propuesta	
Desarrollo de la ambientación, personajes y acciones (si aplica)	

### Observaciones particulares

Puede agregar cualquier otro comentario relacionado con el texto

¿Recomienda la publicación del texto?

¿por qué?

Lugar

Fecha

Firma del revisor

Nombre del revisor \_\_\_\_\_

Título de la propuesta \_\_\_\_\_

Autor \_\_\_\_\_

Fecha de recepción \_\_\_\_\_

## Saberes

### Observaciones generales:

Pertinencia del texto con el eje temático	
Referencias: ¿el texto cuenta con referencias bibliográficas? de ser así, ¿están hechas bajo el sistema MLA octava edición?	
Extensión del texto (sin contar bibliografía)	
Faltas ortográficas o de redacción (si las hay)	
¿Utiliza tecnicismos?	
¿El texto es claro en cuanto a su argumentación?	

De contener imágenes,  
¿éstas son pertinentes en  
relación con la propuesta?

**Observaciones particulares:**

Puede agregar cualquier otro comentario relacionado con el texto

¿Recomienda su publicación?

¿Por qué?

Lugar

Fecha

Firma del revisor

Nombre del revisor \_\_\_\_\_

Título de la propuesta \_\_\_\_\_

Fecha de recepción \_\_\_\_\_

## Gráfica

### Observaciones generales:

Pertinencia de la obra con el eje temático	
Referencias/influencias visuales (¿las referencias gráficas están bien definidas?)	
Tamaño de la obra (si aplica)	
Justificación de la obra	
Manejo de la técnica	
Originalidad	



Manejo de lenguaje contemporáneo (técnicas mixtas, digitales, etcétera).

**Observaciones particulares:**

Puede agregar cualquier otro comentario relacionado con la obra

¿Recomienda su publicación?

¿Por qué?

Lugar

Fecha

Firma del revisor

Cuernavaca, Morelos a 24 de junio de 2022.

**DRA. LUCILLE HERRASTI Y CORDERO**  
**Coordinadora 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 ***Una revista literaria digital (más) en Morelos planteada como una aprehensión de saberes y de lecturas críticas***

que presenta: **ROBERTO MARTÍNEZ MEDINA**

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:

1. El estudiante realizó una investigación metódica, fundamentada y bien estructurada para justificar todas las decisiones editoriales de su producto.
2. El desempeño académico del estudiante y su disposición para aprender y trabajar en su producto fue ejemplar.
3. El producto editorial propuesto ha tomado en cuenta los aspectos aprendidos a lo largo del programa académico.
4. El estudiante, a lo largo del curso de las materias y presentaciones ante comité tutorial, ha demostrado que cuenta con las competencias necesarias para finalizar este programa.

Sin más por el momento, quedo de usted.

Atentamente  
*Por una humanidad culta*

[ firma electrónica al final del documento ]  
**Mtra. Jade Nadine Gutiérrez Hardt**  
Directora de Publicaciones y Divulgación



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

### Sello electrónico

**JADE NADINE GUTIERREZ HARDT | Fecha:2022-06-24 12:29:29 | Firmante**

VDzCS711CDmW51y9bawDzT0H7gxrMPJOudKtcG9OgmRiSAyvMBYLp0rSREDDvcyl6AmoXoQUOj4DHDOBkf9T3U04PeDp+QARr3BT2mMy61EDYbtbR+VSifr2q+ljaopY8Z6XWv2RWp41gyNhsKFi+NGd5ZBNYYjc268Xispl2StMiXQmHR6c44ep39hISY6Osna9shVYDwgg3koawcyEmQPPhjqeCaSd6RxBJ0JcLLKbZ1fX54yWJqv4gWtw0GroVZqrJn1qfKbAHhoqYAn5h0oVs+aNWJ/jD0ksqYSs4Bhx/Df8+whi4+CBZHOnHLviski7a2mJIOALtUfi4JtTdw==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[cl7YC6fWw](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/KQvb6qtaqrmbup4n5sXCLSBRVPJRYXqh>





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN EN HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES



Cuernavaca, Morelos, 1 de junio de 2022

Dra. Lucille Herrasti y Cordero  
Coordinadora 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 *Una revista literaria digital (más) en Morelos planteada como una aprehensión de saberes y de lecturas críticas* que presenta:

**MARTÍNEZ MEDINA ROBERTO**

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 cumple con todos los lineamientos establecidos por el programa educativo. Presenta una tesis de calidad que se ve reflejada en el producto editorial, el cual presenta unidad de sentido, y pertinencia.

El alumno justificó de manera clara y detallada cada uno de los procesos editoriales, y muestra dominio en el tema.

Sin más por el momento, quedo de usted.

Atentamente  
*Por una humanidad culta*

**DRA. LORENA SÁNCHEZ ADAYA**

C.c.p.- Archivo

Av. Universidad 1001 Col. Chamilpa, Cuernavaca Morelos, México, 62209, 7°. Piso Torre de Rectoría,  
Tel. (777) 329 70 01, 329 70 02 / lsanchez@uaem.mx



Una universidad de excelencia

RECTORÍA  
2017-2023



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

### Sello electrónico

**LORENA SANCHEZ ADAYA | Fecha:2022-07-18 13:12:06 | Firmante**

WIUGW/NfrPv4EpC9oFNJmGmNRj7kx95XHzUfO61rUJoda2yaECWShi6PrVnQ4Bcs5zvAdHHZ6K9eAPpgHb+0ucPgVKA1U7Dp2whBQTu8b4tuPqAaaQXsOz1YWN7Womg5an  
vJ9cQYXntuNOSTr+JP6x0Y7vFTz9ehSLgqs/Xhfo8PZ8TH74kGrVSSuNT0vvCN7QF4gWm7Z1oFEuwl8ZMU2wgcMjLYJ/4Ur1OxStQRHdF5J5zJBLCo1UAc9jigFGOn/u8fj+Byp  
wQuXzJoKWP2yhQQS9tGMjOL0sISdPbnvCydZjrmrZIk8PPwuXUqVkJIS+DZCMAWPJ0trXio36g5g==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o  
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[cAWZEJlr4](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/CYBOiY8cELeoXta5otDk9cAMGvoAxxzj>



Cuernavaca, Morelos, a 30 de junio de 2022

**Dra. Lucille Herrasti y Cordero**  
**Coordinadora 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**  
**P R E S E N T E**

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis *Una revista literaria digital (más) en Morelos planteada como una aprehensión de saberes y de lecturas críticas* que presenta:

**ROBERTO MARTÍNEZ MEDINA**

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 proyecto cuenta con los elementos estipulados en los lineamientos del trabajo escrito para la obtención del grado de la Maestría en Producción Editorial. Tanto la investigación como el producto tienen una excelente calidad. En la tesis se justifican y se plantean plenamente la pertinencia de la revista, así como los procesos editoriales y técnicos para llevarla a cabo. Considero que el trabajo realizado por el estudiante muestra un gran esmero.

Sin más por el momento, quedo de usted.

**A T E N T A M E N T E,**

**MTRA. MIRIAM LUCERO SANDOVAL MONROY**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

### Sello electrónico

MIRIAM LUCERO SANDOVAL MONROY | Fecha:2022-06-30 23:52:14 | Firmante

AW8kuj7oLqj4fjNT8D8rTXC7/8Gbd/uFhj5XxEiySoLa2P7nQjSH6wpzPMYsdAE6u7QHzXhjMKO002E0nHAjWJ4ULFg5UKezkxmzxb2T/SkfrLuR3EWtstB1lofMTfIntrGlnDNJd/U  
MfoymI+fj1KFFzMG/GGmxY5VLjBlipDyV3Q3W2DRqTp31oVWbh5ZoXu5RJNSmzaDFGbhWbICmwroGyloPj1ZEKD0TaTusQ4ArUcGIYPydGETY00OqopJ3/5mdO2bGiXnlAO0r  
MFu3OE4EUuyiusmPGu/7Ut3l1EBW+t5HNNJMtKJ472E5ssgoyxj3hc4VVEjENfj5aDmw==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o  
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[opR9srmwC](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/eZA4lofqv7nClNxN0f1Fi2e1sO74j0dV>





Cuernavaca, Morelos a 26 de junio del 2022

Dra. Lucille Herrasti y Cordero  
Coordinadora 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 **Una revista literaria digital (más) en Morelos planteada como una aprehensión de saberes y de lecturas críticas** que presenta: **Roberto Martínez Medina** para obtener el grado de **Maestro en Producción Editorial**.

Considero que el trabajo del Lic. Martínez ha sido concluido en fondo y forma y cumple con lo que se espera de una tesis de grado en un programa profesionalizante como la Maestría en Producción Editorial por lo que doy mi **voto aprobatorio** para que se proceda a la defensa de la misma.

Sin más por el momento, quedo de usted

Mtra. Ina Larrauri Cervantes

Se anexa firma electrónica





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

### Sello electrónico

**INA LARRAURI CERVANTES | Fecha:2022-06-26 11:00:54 | Firmante**

PSucomaZCMmd4Vi7IKIAR6Ek+iZZPH4oQxNFMonDZYLxhUTPP2OZIDWGSZJuqZ6N7zgzMZ7QXsOkT9fInqvKPuBsvkY/AVcyAFHFVnxQwx1OsqZZ+Cl/xjYWrQ09v5fa0Xp6Mw1ItBtDVD3t12mJdZD1aWnFa2YAXTQdTDYG4I965VGbAyoIK6ehYTpK2oQ0PrA824LH4TbcuRbZjBa592XYEY+f8S6qwjMnWc8nb20DpzN5DQMK7gbBWngkf3Nq8762QAwMDzzK04y4+vmWFiyRyU/Mq1zlxFDiAhpjkeAa0iT7VsUXTNMP47dXlJntQ3bWO4/9IAAv4nJ2nKyQ==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



**OA0SaVTDF**

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/wqT3DY1FE6mEGt8Zz5vXnqM0wFcN0rXr>



**Cuernavaca, Morelos, a 26 de noviembre de 2022**

Dra. Lucille Herrasti y Cordero  
Coordinadora 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  
P R E S E N T E

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis *Una revista literaria digital (más) en Morelos planteada como una aprehensión de saberes y de lecturas críticas* que presenta:

**Roberto Martínez Medina**

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 fundamenta de una manera excelente y exhaustiva la elaboración del producto editorial que consiste en una sólida propuesta de revista electrónica, pertinente para los fines tanto académicos como profesionales que plantea este posgrado.**

Sin más por el momento, quedo de usted y aprovecho para enviarle un cordial saludo.

---

**Dr. Agustín Rivero Franyutti**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

### Sello electrónico

**AGUSTIN RIVERO FRANYUTTI | Fecha:2022-11-26 10:12:14 | Firmante**

Ryww9agrqllwuoF9PFSxqFw6mT4tZRyWkgObwcry8k/KIN4g/jpe2crX1rY2+QbzqxxaczlsfOHcR0A73a1CHKp1b2KllbYnjGVSq5bb9o7Cl5XiugTz5RObErHY+F0bA5LqjzFRd5toVz8BRKGiilystYhjIWOh2rj0JSH9644h6gn5adhCYLdJOBUxtPigSLsrwMuE8i1p6+p9iLG7S9wknzSu+J0Lh1C4VaVveR17BTPFoxdxb4JfJR53sJuaYWBfHszbJwmzIThHk6yALc0sTOSuezd9j5uPGZxG/n0xALibkg/+Y4GhP17svuJ86noe5E5qWigkMUHk0+vXjQ==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[guYMHvDZo](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/CllbbG754n8Gp3rsrkBU3ufB0WKNQKk7>

