



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS



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

Narrativa Reverberante. Una colección en tiempos de crisis

**Tesis para obtener el grado de
Maestro en Producción Editorial**

Presenta

Lic. José Luis Zapata Torres

Directora de tesis

Mtra. Jade Nadine Gutiérrez Hardt

Asesoras

Dra. Lorena Sánchez Adaya

Mtra. Miriam Luicero Sandoval Monroy

México, mayo de 2023

Contenido

Introducción.....	4
Justificación.....	5
<i>Importancia de formatos impresos con tiraje corto</i>	
<i>Formato digital</i>	
<i>Autores jóvenes</i>	
Descripción.....	10
<i>Concepto editorial</i>	
<i>Contenido y estructura</i>	
<i>Planillo</i>	
Objetivos.....	13
<i>Objetivo general</i>	
<i>Objetivos particulares</i>	
Sondeo de mercado.....	14
Estrategia político-cultural.....	16
<i>Perfil del lector</i>	
Diseño.....	17
<i>Formato impreso</i>	
<i>Papel</i>	
<i>Encuadernación</i>	
<i>Retícula</i>	
<i>Tipografía</i>	
<i>Ilustraciones</i>	
Estrategia económica.....	31
<i>Ficha técnica</i>	
<i>Gastos fijos</i>	
<i>Gastos variables</i>	
<i>Costo unitario</i>	
<i>Precio de venta al público y factor editorial</i>	

<i>Margen de contribución</i>	
<i>Punto de equilibrio</i>	
Estrategia administrativa.....	35
<i>Distribución y difusión</i>	
<i>Flujo de trabajo</i>	
<i>Cronograma</i>	
Derechos de autor.....	40
<i>Derechos morales</i>	
<i>Derechos patrimoniales</i>	
<i>Obra por encargo</i>	
<i>Contrato</i>	
<i>Registro de obra</i>	
<i>ISBN</i>	
Fuentes bibliográficas.....	43
Anexos.....	45
Manual de criterios editoriales	
Normas editoriales	
Política editorial	
Indicaciones a colaboradores para entrega de originales	
Criterios editoriales	
Hoja de estilo	
Ficha técnica	
Formación	
Estilos tipográficos	
Formato de dictamen	

Introducción

La crisis causada por la pandemia de la Covid 19 fue un duro golpe para los mercados culturales. Desde nuestras casas, confinados y resignados a hacer todo por internet, fuimos testigos de cómo poco a poco teatros, galerías, cafés donde se acostumbraban las tertulias y, lo que nos involucra en específico, librerías y editoriales independientes fueron cerrando debido a problemas económicos.

Si antes de la pandemia el mercado editorial mexicano era complicado, con promedio de 2 libros leídos al año, según cifras del Módulo de lectura 2021 (INEGI 1), con la crisis económica, el cierre de librerías y cancelación de ferias, el panorama se oscureció mucho más.

Aunado a esto, la venta de libros durante la cuarentena disminuyó un 80.4% con relación al 2019, lo que se traduce en pérdidas de más de ocho millones de euros en Iberoamérica (Cerlalc 10). Ya no era posible seguir editando y vendiendo de la misma manera, es por eso por lo que fue necesario idear nuevos planes y hacer uso de las tecnologías para poder sobrevivir como editorial.

Esto sucedió con las editoriales que ya estaban trabajando antes de la pandemia, pero, ¿qué pasaría con las editoriales que planeaban su creación para este mismo año 2020? Ellas tuvieron que replantear desde cero, no sólo los mecanismos y canales de venta, que es lo más evidente, sino también pensar en un producto que sea bien recibido y de fácil acceso.

Este proyecto trata sobre cómo crear una editorial durante una crisis económica, ya sea global o personal, si bien ya hay muchos ejemplos de editoriales cartoneras creadas a partir de problemas económicos de algunos países, la colección que estaré proponiendo no tiene relación con materiales alternativos ni impresiones artesanales. Es más una propuesta de cómo utilizar las nuevas tecnologías con el fin de sacarles el máximo provecho. Para ello me basaré en el documento *El sector editorial iberoamericano y la emergencia del COVID-19. Aproximaciones al impacto sobre el conjunto del sector y recomendaciones para su recuperación* publicado por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC).

Justificación

En primera instancia debe mencionarse los orígenes del proyecto cultural de donde se desprende esta colección. La editorial Reverberante es un proyecto que nació en el año 2019 como una revista de difusión cultural, era editada por egresados de Letras hispánicas de la Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa y de diseño de la Facultad de Artes y Diseño de la Universidad Nacional Autónoma de México. Ésta era una revista de difusión cultural que mezclaba ciertas disciplinas con el arte y la cultura, por ejemplo, artículos sobre arte y ciencia, sobre comida y redes sociales, sobre música e historia, y tenía una sección especial dedicada a la literatura.

La revista era impresa y contaba con un complemento en la página web www.reverberante.com. Se imprimía cada tres meses, su tiraje era de 1000 ejemplares, se imprimía en Offset y se utilizaba el duotono. Se distribuía a través de presentaciones, eventos, ferias, lecturas y se asistió a la Feria del Libro del Zócalo 2019. Sólo se pudo imprimir dos números; el tercero ya estaba listo para impresión, pero coincidió con el inicio de la pandemia por Covid-19, por lo que, por cuestiones de logística y de presupuesto, no pudo ser impreso dicho número.

Una vez que se cancelaron los eventos presenciales, las ferias y las presentaciones, las cuales eran la principal forma de distribución y venta de los ejemplares, los objetivos del proyecto tuvieron que cambiar y adaptarse a los acontecimientos mundiales. Por lo que se tomó la decisión de empezar a editar libros literarios de un solo autor.

Dicha transformación se llevó a cabo con base en la información adoptada del Proyecto 451 de Argentina, dirigido por Daniel Bechimol, que, a manera de resumen, en su serie de videos “Cómo distribuir y vender libros digitales”, “Claves del e-commerce en el mundo del libro”, “Estrategia de marketing digital para editores y librerías”, “Modelos de negocio digitales para la industria del libro” indica que las editoriales deben aprovechar los mayores recursos tecnológicos posibles, como los ebooks, la impresión digital, los audiolibros, la impresión bajo demanda, el ecommerce, etc.

Fue entonces que entendimos que no se podía seguir editando como lo habían hecho muchas generaciones atrás desde hace más de un siglo. “Después de la imprenta, la mayor transformación que ha experimentado la industria editorial ha sucedido en la era de Internet” (Rodríguez y Leiva 57) y por ello se decidió incursionar en la edición de libros, pues se podía experimentar mejor con este tipo de publicación digital; es más fácil de comercializarse y con márgenes de ganancia mayores. Así que, a manera de piloto, lanzamos dos títulos (uno de poesía y uno de narrativa) para empezar nuestra colección de libros sobre literatura, pues, como

estudiantes de Letras hispánicas, siempre ha sido nuestra pasión leer, escribir y difundir obras literarias.

El primero fue *Declaración de vida* de Xochipilli Hernández, un libro de poesía amorosa que detalla el proceso del duelo al primer amor; el segundo, *En la cuerda floja* de Leopoldo Orozco, es un libro de minificciones que toca temas como la literatura fantástica, la ficción histórica y hace mucho eco intertextual de la tradición desde los clásicos hasta Jorge Luis Borges.

Al ser los primeros libros de una editorial nueva e independiente, se tiraron en impresión digital 50 libros de cada uno y se realizó su respectivo ebook. Los libros impresos se vendieron a través de la página web de la editorial y los digitales siguen disponibles en varias librerías online como Amazon, Google Play Books, Gandhi, El Sótano, Casa de libro y en varias plataformas de suscripción como Bookmate y Storytell.

Como resultado de presentaciones digitales, lecturas online, entrevistas en programas de radio y televisión por internet y videos en Youtube el libro *En la cuerda floja* se agotó el primer fin de semana de su lanzamiento; por lo que se decidió reimprimir un tiraje de 100 ejemplares para continuar con la venta; por su parte, el libro *Declaración de vida* se vendió de manera más lenta.

A los seis meses de la publicación de estos dos títulos vio la luz otro libro: *Nadie duerme con ropa en Acapulco* de José Luis Zapata. Este era un libro de cuentos de ciencia ficción ambientados en el puerto de Acapulco. Su primer tiraje fue de 100 ejemplares y se agotó en dos meses. Su versión digital está disponible y se encuentra en los lugares antes mencionados. En consecuencia, por los buenos resultados se busca tirar un nuevo lote de libros para una distribución más amplia ahora que las restricciones por la pandemia han disminuido. Para fines de este proyecto de maestría me centraré en la colección dedicada a la narrativa, pues ha demostrado ser más fluida a la hora de la comercialización.

Una vez que se han expuesto los antecedentes sobre la editorial, se dará paso a la justificación de algunas decisiones tomadas para este proyecto.

Importancia de formatos impresos con tiraje corto

A través de una estrategia para editar y reproducir libros utilizando las últimas tendencias de tecnología, entre ellas, como lo recomienda el CERLALC, la conversión a formatos digitales de los fondos editoriales, optimizar los flujos de trabajo mediante la adopción de procesos de edición multiformato, incentivar la adopción de la impresión y distribución bajo demanda, capacitar a los actores del sector en el uso de nuevas tecnologías de edición, distribución e impresión, nuevos modelos de negocios, mercado digital (CERLALC 37) se pretende dar un espacio a estos libros y estos autores a los que la crisis mundial detuvo de salir al mercado y llegar a los lectores.

Aunque este proyecto se basa en la idea de generar libros con poco presupuesto utilizando nuevas tecnologías, no se limita ni es exclusivo a los libros digitales. Si bien

los lectores de *ebooks* han llegado a ser el 21.5% de la población lectora (inegi 1), lo cierto es que la gran mayoría de los lectores prefiere el formato impreso.

Lo anterior sólo es una de las razones por las que este proyecto sigue considerando el formato impreso. Una segunda razón, quizá más importante aún, es que dentro de los objetivos de este proyecto, que más adelante se mostrarán, está la idea de ofrecer al lector opciones de lectura; libertad para elegir entre un formato impreso o uno digital.

Por ello, más allá del debate entre qué formato prevalecerá para el futuro, lo que importa en este proyecto es que el lector tenga el poder de decidir qué formato prefiere y que no sea la editorial la que imponga su formato (cualquiera que sea) debido a un tema presupuestal. Es entonces cuando la impresión bajo demanda se hace presente.

La tendencia actual en el modelo de negocio de las editoriales es romper con el esquema horizontal de trabajo, en el cual las actividades están divididas en procesos (diseño, composición, impresión y distribución) para alinearlas en un modelo vertical. Esto implica que una misma casa editorial cubra todo el proceso, desde edición hasta impresión y distribución de la obra. La impresión a demanda es el modelo de negocio vigente actualmente, y la principal tecnología que favoreció este cambio fue la impresión digital (Rodríguez y Leiva 63).

Librántida es una plataforma tecnológica de distribución bajo demanda. En su tarjeta de presentación se explica cómo funciona:

1. El editor sube los metadatos de sus libros y los archivos de interiores y portadas en PDF a nuestra plataforma.
2. Los metadatos se reflejan en las páginas web de las librerías.
3. Los lectores interesados compran el libro en firme.
4. Librántida recibe una orden de producción, imprime y entrega el libro en 96 horas. (Librántida 5)

Lo que se destaca en este ciclo es que por parte del editor no se invierte un solo peso para la impresión del ejemplar, pues es el usuario final el que paga la producción del libro, la comisión de los canales de venta y distribución y la ganancia final del editor, que en este caso es del 25% del precio de venta al público. También es importante aclarar que Librántida no cobra por el uso de su plataforma, por lo que, en general, el editor sólo invierte en la edición del libro (corrección, formación, diseño, portadas, etc.).

Formato digital

Por otro lado, por supuesto, los libros digitales son fundamentales para la realización de este proyecto. No sólo porque el costo de su producción es bajo, sino también por-

que dicha producción se hace una sola vez y las copias pueden venderse tantas veces sea necesario, además de que siempre están disponibles y se entregan de inmediato.

En cuanto a costos de producción, la digitalización de un libro a partir de archivos finales para impresión cuesta entre 7 y 21 pesos, dicha conversión tarda entre 3 y 5 días. Por si fuera poco, el proceso de conversión, a través de un proveedor de servicios, es muy sencillo. No se necesita enviar archivos originales, con el mismo PDF para impresión final (el mismo archivo que se le envía al impresor) se puede digitalizar un libro en formato Epub2, el cual es compatible con la gran mayoría de dispositivos y también es fácil de convertir a otros formatos populares compatibles con Amazon.

En cuanto a la distribución de libros digitales, también se recurre a una distribuidora, en este caso la alemana Bookwire, la cual administra los títulos, los coloca en las diferentes librerías digitales alrededor del mundo, entrega, cobra y contabiliza las ventas y/o ingresos. De nuevo un socio comercial facilita las cosas en cuanto a logística y Bookwire, al igual que LibránTida, no cobra por el uso de sus plataformas.

Autores jóvenes

Según el CERLALC, como medida de emergencia ante la pandemia, el 74.3% de las editoriales optaron por la modificación del plan anual de títulos (CERLALC 18), lo cual, a su vez provocó la cancelación de algunos títulos, sobre todo en las editoriales independientes. Por lo tanto, este proyecto es relevante debido a que propone la publicación de escritores jóvenes (menores de 35 años), pues los escritores sin trayectoria, es decir, los que representan una apuesta para las editoriales, son los primeros proyectos en ser cancelados o desplazados. Por lo tanto, este proyecto ofrece una oportunidad de publicación a los escritores noveles que otras editoriales no podrán publicar debido a la crisis provocada por la Covid-19.

Los autores jóvenes menores de 35 años, como ya se ha mencionado, son una población que pocas veces vemos publicada en editoriales reconocidas, por todo el riesgo económico que implica invertir en un autor desconocido. Son las editoriales institucionales, a través de concursos y convocatorias, las que más publican a estos autores. Sin embargo, los espacios para publicar en estas instituciones son limitados y muchas veces los criterios para seleccionar las obras se basan en estructuras, discursos y temáticas estandarizadas, en parte porque se busca dar una línea editorial institucional y en parte para hacer más fácil la labor de dictaminación. Poco espacio queda para la experimentación y muchos autores jóvenes se quedan sin sitios para publicar sus obras.

Es entonces cuando las editoriales independientes cumplen una labor fundamental. No sólo para dar espacio a experimentos y propuestas literarias, sino también para dar voz y primeras publicaciones a autores jóvenes y desconocidos. Son las mismas editoriales institucionales (véase el ejemplo del Fondo Editorial Tierra Adentro), las que marcaron el precedente de un proyecto sólido, prestigioso y cotizado con base en un catálogo de autores jóvenes poco conocidos que, lamentablemente, en los últimos años se ha ido difuminando en el panorama editorial nacional.

Lo importante son las estrategias utilizadas para conseguir los objetivos, y para este proyecto se tiene pensado que las nuevas tecnologías sean ese empuje para lograr lo que se pretende.

Este proyecto propone la posibilidad de seguir editando libros a pesar de las limitaciones económicas, sociales, políticas y de salud; pues piensa en una edición digital la cual “produce un abaratamiento de los gastos de la edición, y esto permite liberar recursos económicos para otros fines” (Rodríguez y Leiva 60), además de que “la edición digital permite enfrentar un mayor volumen de trabajo editorial y con ello, la divulgación de muchos trabajos que no se realizaban o se demoraban por falta de espacio” (Rodríguez y Leiva 60).

La propuesta es que sean libros fáciles de producir, a bajo costo, asequibles; fáciles de leer, fáciles de transportar, prácticos para leer con una mano en el transporte público o en un sillón en la sala de la casa; que puedan ser comprados fácilmente en los canales de distribución preferidos del lector. Que el mismo lector tenga la facilidad de elegir opciones para lo que más le guste y que al mismo tiempo conozca propuestas literarias nuevas y frescas que de otra forma, recurriendo a editoriales comerciales, por ejemplo, no encontraría.

Descripción

Concepto editorial

El libro es la primera publicación del autor, así mismo, la colección contempla trabajar las primera publicaciones de los autores que sean seleccionados. En la editorial creemos que las obras de autores jóvenes se deben mostrar al público sin adhesiones, y deben defenderse ante la crítica por sí solas; por ese motivo no se colocarán prólogos ni textos preliminares y posteriores que de alguna manera justifiquen el texto.

Contenido y estructura

El paratexto del libro se presentará en el siguiente orden:

Páginas 1 y 2: en blanco (páginas de cortesía)

Página 3: portadilla

Página 4: en blanco

Página 5: portada (incluye título del libro, nombre del autor y nombre de la editorial)

Página 6: página legal

En la página 7 empezaría el texto escrito por el autor. En este caso empezamos con una dedicatoria.

De la página 7 a la 89 estarán las 50 minificciones.

Las páginas 90 y 91 serán de cortesía y estarán en blanco

Páginas 92 y 93: serán para la tabla de contenido

Páginas 94 y 95: blancas (de cortesía)

Página 96: colofón.

Ahora bien, ¿cuál es la propuesta editorial que plantea nuestro producto? Se trata de una colección de literatura, narrativa corta; contemplamos los géneros de minificción, cuento, novela corta y micronovela. El perfil de los autores de esta colección debe cumplir con las siguientes características: autores jóvenes (menores de 35 años, según lo maneja la Secretaría de Cultura), del interior de la república, que esta publicación sea la primera o una de sus primeras publicaciones, que su estilo narrativo sea claro y fácil de leer, sin demeritar, por supuesto, la calidad estética.

Además, los libros que pertenezcan a esta colección no deben tener menos de 17,500 palabras ni mayores de 40,000 palabras.

Como parte de la estrategia, se planea que cada título sea de impresión bajo demanda (POD) (*Print on Demand*, por sus siglas en inglés), es decir, que se impriman tirajes cortos según el mercado lo vaya exigiendo. Y una edición de impresión bajo pedido (*Print to order* PTO) para venderse 1 x 1, según se vayan efectuando las compras y en un catálogo de librerías muy reconocidas, como Gandhi y Sótano, así como disponibilidad en el extranjero. Además, una versión electrónica circulará al mismo tiempo que la versión impresa, lo cual permitirá que la distribución pueda llegar más allá del territorio nacional.

La siguiente es la ficha técnica del libro:

Tamaño 13.5 cm x 21 cm

Forros de cartulina sulfatada de 12 p, 4 x 0 tintas y solapas de 8 cm, laminado mate.

Interiores de bond ahuesado de 90 g, 1 x 1 tinta

Encuadernación hot melt

A continuación, adjuntamos el planillo del libro *El ego de las hormigas*

En blanco		En blanco		Portadilla		En blanco		Portada		Página legal		Dedicatoria		En blanco		Mensaje del autor			
1		2		3		4		5		6		7		8		9			
En blanco		Título de parte		En blanco		Título de minifcción		Título de minifcción		Título de minifcción						Título de minifcción			
10		11		12		13		14		15		16		17		18		19	
		Título de minifcción						Título de minifcción		Título de minifcción		Título de minifcción		Título de minifcción		Título de minifcción			
20		21		22		23		24		25		26		27		28		29	
Título de minifcción		Título de minifcción		Título de minifcción		Título de minifcción		Título de minifcción		Título de minifcción				Título de minifcción		En blanco		Título de parte	
30		31		32		33		34		35		36		37		38		39	
En blanco		Título de minifcción				Título de minifcción		Título de minifcción		Título de minifcción		Título de minifcción		Título de minifcción		Título de minifcción			
40		41		42		43		44		45		46		47		48			

Figura 1. Planillo

Título de minifcción 49		Título de minifcción 50	Título de minifcción 51	Título de minifcción 52		Título de minifcción 53		Título de minifcción 54		Título de minifcción 55		Título de minifcción 56		Título de minifcción 57					
Título de minifcción 58	Título de parte 59	En blanco 60		Título de minifcción 61	Título de minifcción 62		Título de minifcción 63		Título de minifcción 64	Título de minifcción 65	Título de minifcción 66		Título de minifcción 67						
Título de minifcción 68		Título de minifcción 69		Título de minifcción 70		Título de minifcción 71		Título de minifcción 72		Título de minifcción 73		Título de minifcción 74		Título de minifcción 75		Título de minifcción 76		Título de minifcción 77	
Título de minifcción 78	Título de minifcción 79	Título de minifcción 80		Título de minifcción 81		Título de minifcción 82	Título de minifcción 83	Título de minifcción 84	Título de minifcción 85	Título de parte 86		Título de parte 87							
Título de minifcción 88		Título de minifcción 89		En blanco 90		En blanco 91		Tabla de contenido 92	Tabla de contenido 93	En blanco 94		En blanco 95		Colofón 96					

Figura 2. Planillo

Objetivos

Objetivo general

Contribuir en la creación de una práctica editorial que permita a sellos pequeños e independientes la consolidación de su catálogo a través del uso de las tecnologías sin necesidad de una fuerte inversión económica.

Objetivos particulares

Ofrecer a los lectores una colección accesible, innovadora y práctica que brinde opciones de consumo al lector para que este personalice su experiencia lectora.

Fomentar la publicación de autores jóvenes que no han tenido la oportunidad de publicar sus primeras obras en editoriales del circuito comercial.

Sondeo de mercado

Uno de los objetivos de este proyecto es proponer una forma de edición alternativa que sea capaz de soportar una crisis como la que acabamos de pasar en 2020. Utilizando nuevas tecnologías y estrategias especiales, este proyecto pretende ser no sólo realizable, sino viable. Nos sumamos a las palabras de Fernando Escalante: “Hace falta simular espacios de reconocimiento intelectual y ocupar los que ya existen, es decir, subordinar el campo literario a la lógica comercial” (Escalante 300).

En primera medida es importante conocer el panorama editorial actual antes de sacar un producto al mercado. En la idea, un proyecto editorial siempre tiene inspiración en otros similares, siempre es bueno examinar qué existe ya que pueda ser parecido a lo que estamos haciendo; esto no sólo ayuda a la hora de elegir un precio, sino también a la hora de agregar valor, ¿qué tiene mi producto o que otros no? ¿qué lo hace diferente? ¿por qué alguien compraría lo mío y no lo que ya está? Para este estudio de mercado, visitamos dos tipos de librerías: la de cadena y la independiente.

Librerías Gandhi es la cadena más grande e importante del país. En sus anaqueles es posible encontrar los títulos más vendidos y de última moda. Los productos similares al mío son cortesía de editoriales transnacionales como Penguin Random House y Planeta. Además de, en menor medida, editoriales independientes¹ que han logrado posicionarse a gran escala en el mercado mexicano. Cabe mencionar que el género que más se repite es la novela, y con una gran diferencia, el cuento; la minificción no estaba presente o, por lo menos, no estaba visible.

Por otro lado, La Bigotona es un espacio cultural independiente que lo mismo vende libros, café y obra gráfica de artistas emergentes. Son punto de venta de la distribuidora de Sexto Piso y Vaso roto; además de algunos títulos independientes del país como Cuadrivio y Almadía; y algunos títulos de editoriales locales del estado de Morelos. Su catálogo sí contiene obra corta como noveletas, microficciones y cuentos.

En comparativa, la diferencia de precios entre esas librerías es directamente proporcional a la diferencia de los títulos, pues, si bien la librería independiente no cuenta

1 Entendemos una editorial independiente como Hernán López y Víctor Malumián lo definen: “Es la que tiene su norte enfocado en la construcción de un catálogo de calidad, pero sin descuidar la mirada sobre la rentabilidad del proyecto. Persigue la autosustentabilidad y no depende de cualquier aporte de capital que provenga de fuera de su actividad editorial. Está comprometida con la difusión, por todos los medios posibles, de sus autores, y la decisión sobre lo que se publica o rechaza está completamente bajo el mando de su editor” (López y Malumián 14).

con títulos de Planeta, los precios están sólo un poco por debajo de artículos similares entre una y otra librería.

A continuación, se muestra un cuadro comparativo de productos similares a la propuesta de este proyecto:

Título	Autor	Editorial	Encuader	Tamaño	Pá- gi- nas	Impr	Precio	Precio x pág	Año
<i>Después del exilio</i>	Jazmín García	LibrObjeto	Hotmelt	13.5 cm x 21 cm	100	1x1	\$200	\$0.50	2021
<i>Arañas</i>	Berenice Reyál	LibrObjeto	Hotmelt	13.5 cm x 21 cm	124	1x1	\$250	\$0.49	2022
<i>Prineo</i>	Alejandro del Castillo	Cuadrivio	Hotmelt	16 cm x 21 cm	140	1x1	\$200	\$0.7	2018
<i>Mutaciones a la carta</i>	Arturo Núñez	Lengua de diablo	A caballo	14 cm x 21 cm	44	1x1	\$80	\$0.55	2018
<i>Conjeturas imposibles</i>	Adrea Ciria	Lengua de diablo	A caballo	14 cm x 21 cm	40	1x1	\$80	\$0.5	2018
<i>Esos malditos zombies</i>	Efraím Blanco	Lengua de diablo	Hotmelt	14 x 21 cm	80	1x1	\$100	\$0.8	2020

Figura 3. Tabla comparativa de estudio de mercado

Como vemos, nuestra propuesta encaja perfectamente en la oferta actual de las editoriales independientes que realizan venta directa en eventos, presentaciones y ferias.

Estrategia político-cultural

Perfil del lector

Para delimitar el perfil del lector para este proyecto, primero es importante entender lo que el Estudio exploratorio sobre hábitos de lectura de libro en Argentina “Cómo leemos” llama *Lectores híbridos*, es decir, aquellas personas que aseguran leer tanto en formato impreso como en formato digital. Estos lectores representan un 64% del total de lectores en Argentina, es decir, la gran mayoría (Proyecto 451 11). Este término me parece mucho más útil para buscar un perfil puesto que elimina el eterno e innecesario antagonismo entre el formato impreso contra el digital.

Lamentablemente, no todas las encuestas de lectura manejan este término, por ejemplo, el Módulo sobre Lectura, de México, indica que “el porcentaje de personas adultas lectoras que *prefieren* la lectura de libros en formato digital se triplica en relación con lo declarado por la población en 2016 (21.5% contra 6.8%)” (Inegi 2), y según el reporte de Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España, el 29.4% de los lectores lee libros en formato digital (FGEE 10).

Tanto en el caso español como en el mexicano, los resultados parecen dar a entender que los lectores de libros digitales no leen libros impresos. Por lo elevado del porcentaje, pues en el caso argentino sólo el 4% de los lectores lee exclusivamente en digital, se vuelve difícil de creer. Más coherente sería que en ese 21.5% de México y 29.4% de España estén combinados los *Lectores híbridos* junto con los lectores digitales.

Por lo tanto, para este proyecto se ha considerado un perfil de lector: híbrido, que lea tanto en formato impreso como en digital; nativo digital, personas que crecieron con las nuevas tecnologías y, por lo tanto, tienen una habilidad ‘natural’ para manejarlas (Vázquez Guzmán 26); con estudios universitarios, interesados en literatura contemporánea, así como a estudiantes de nivel medio superior; hispanohablante, puesto que los libros digitales (y algunos impresos bajo demanda) facilitan la entrada al mercado editorial de cualquier país hispano.

Diseño

Para este trabajo, se entiende formato por el soporte que sostiene al libro y hace posible su lectura. Esta colección ambos formatos: impreso y digital. A continuación, se mencionarán las características del diseño para el formato impreso:

Formato impreso

Para la versión impresa se consideró el tamaño media carta, 13.5 cm x 21 cm (Zavala 14), por ser uno de los tamaños a los que se llega cuando se dobla el pliego, de esta manera se reduce el desperdicio de papel, o, para decirlo de otro modo, se aprovecha todo el pliego completo, tanto el pliego básico de 57 cm x 87 cm para impresión en offset como en el pliego de 75 cm x 53 cm para la impresión digital. Lo cual es benéfico pues este proyecto se ubica en el imaginario dentro de una crisis económica, por lo tanto, cualquier forma de evitar desperdicios es bien recibida, ya sea que el libro se imprima en offset o en digital.

Por otro lado, el tamaño media carta sigue siendo cómodo para el lector transportar el libro dentro de una mochila, una bolsa, un portafolios, sobres, cajas, etc. Esta es otra de las razones por las que ningún libro de esta colección deberá superar las 150 páginas, para que el grosor del libro no afecte su fácil transporte.

Papel

La elección de los papeles para forros e interiores se basó en la practicidad, precio y disponibilidad del mercado.

Para los forros se eligió la cartulina sulfatada de 12 pts. Anteriormente en la editorial se utilizaba la cartulina de 14 pts, sin embargo resultaba muy grueso y ello conllevaba mayor dificultad para transportarlo, además de que, al no ser tan flexible pero no lo suficientemente duro, podía maltratarse fácilmente.

Ahora bien, ¿por qué utilizar cartulina sulfatada y no couché? La respuesta tiene que ver con el precio y con su recubrimiento pues la cartulina sulfata sólo está estucada de un lado, en el que se imprime, y en el otro está sin recubrimiento, el cual no sólo no es necesario porque la propuesta de impresión es de 4x0 tintas, sino que “aporta un componente táctil al libro, lo hace más orgánico y agradable a la vista, más natural” (La imprenta 8).

En cuanto a los interiores, se eligió el papel bond ahuesado o también llamado papel cultural. Este es un papel estándar que se utiliza en muchos libros de literatura, “tiene un tono cremoso que aporta elegancia al libro. Muy utilizado para novelas, poesía y libros de lectura en general, ya que no refleja la luz y fatiga menos la vista al leer” (La imprenta 13).

El gramaje sería de 90 grs pues el de 75 resulta demasiado delgado y frágil, lo cual podría en riesgo la integridad del libro, lo cual atentaría contra la meta de ser un libro cómodo de transportar, es decir, si es demasiado frágil, los lectores podrían pensarlo antes de viajar con ellos. Por otro lado, un papel con un gramaje superior a los 90 terminaría por ser más grueso de lo normal y, de nuevo, sería incómodo de transportar.

Cabe destacar que, en los últimos años de pandemia, la crisis mundial del papel provocó una escases de bond ahuesado o cultural. Si bien existe un papel llamado book cream, snow cream o holmen book, que es más ligero que el bond y es utilizado mucho por los grupos editoriales transnacionales en la mayoría de sus libros (y que por precio sólo es un poco más económico que el bond) existe la desventaja de que ese tipo de papel, ligero pero poroso, no es tan común de utilizar en la impresión digital ya que suelta algunas fibras que terminan por atorarse en las impresoras digitales. Por lo tanto, si volviera a existir una crisis de bond ahuesado, lo más factible sería imprimir en bond blanco que, además, resulta más barato.

Encuadernación

La encuadernación de este tipo de libros no es tan complicada pues al no tener tantas páginas no hace falta un tipo de encuadernación demasiado reforzado. Se usará la encuadernación hotmelt pues es un estándar en la industria; no hace falta que se cosa pues los métodos de encuadernación actual (en una buena imprenta) son lo suficientemente buenos para mantener unido un libro de el rango de páginas propuestas.

Cabe destacar que la encuadernación de estos libros no se hará en grupos de cuadernillos, pues no es una impresión con pliegos grandes; sino que, al ser impresión digital con pliegos pequeños, las hojas se cortan individuales y se encuadernan. Por eso, en la impresión digital, no es necesario cerrar a pliego.

Retícula

Según Guillermo González Ruiz, una retícula es “una malla o red invisible que se subdivide en campos más reducidos para organizar las partes de un diseño” (7), por otro lado Trémoli nos ayuda a entender la retícula “como un auxiliar para el trazado y ubicación de todos los elementos que se organizan en un diseño y no como la estructura propiamente dicha [...]. En algunas páginas [...] puede ser transformada y constituirse en otra con distintas características, siempre que guarde coherencia con la totalidad” (Trémoli 10). Entendemos, pues, la retícula como una guía visible sólo para el diseñador editorial que marca la disposición del contenido en la página o páginas.

Al respecto, la retícula para esta colección está basada en las retículas de las colecciones Literatura Random House de la editorial Penguin Random House, Narrativas hispánicas de la editorial Anagrama y Andanzas de Tusquets, pues son colecciones editoriales que publican lo más relevante de literatura actual en español.

Por lo tanto, se optó por utilizar también la retícula de una columna, la cual es ideal para libros, sobre todo cuando es texto corrido, para resaltar el texto. Los márgenes serían amplios pues Alan Swann considera que éstos son parte de una fórmula lujosa, además de que dignifica y da preeminencia al texto (Swann 12), el texto iría justificado pues “realza al máximo el efecto lujoso” (Swann 21).

A su vez, en caso de que el cuento lo tuviese, los epígrafes se colocarán alineados a la derecha, para equilibrar el título centrado y el texto justificado (Swann 23), además, se escribirá en itálicas, para diferenciarlo del texto.

En cuanto a los títulos, estos tendrían mayor peso en la página, por lo tanto, no sólo irían en un tamaño más grande, sino que estarían colocados en un descolgado de 6 cm con respecto al margen superior y un espacio posterior de 1 cm, con la intención de dar una sensación de espacio gracias al generoso borde superior, el cual, a su vez, insiste en el estilo lujoso del que habla Swann (19). Además de que los títulos iniciarán en página impar para reconocer de manera gráfica la importancia del cuerpo de la obra (Zavala 9) e irá separada por una *falsa*, es decir, “una hoja impresa por una sola cara, la impar, y cuya vuelta aparece en blanco” (Zavala 9).

En el caso del libro que se trabajó como producto editorial para este proyecto, se hicieron dos ligeras modificaciones:

1) debido a la extensión de los textos cortos (mínimo una línea), no es práctico iniciar texto sólo en la página impar, por lo que los títulos de los cuentos iniciarán tanto en página impar como en la par.

2) Debido a la extensión de los textos “largos” que aparecen en este libro, el descolgado será sólo de 4 cm pues el número de líneas promedio que componen estos textos “largos” provocan varias líneas huérfanas que afectan no sólo la estética del libro, sino también el rendimiento de las páginas.

Con esto queda demostrado que las características de diseño expuestas en este proyecto no son intrasigentes, sino que pueden adaptarse al género, estilo y condiciones que la obra que fijará, sin perder su esencia ni identidad.

A continuación se muestra cómo funciona la retícula de la colección:

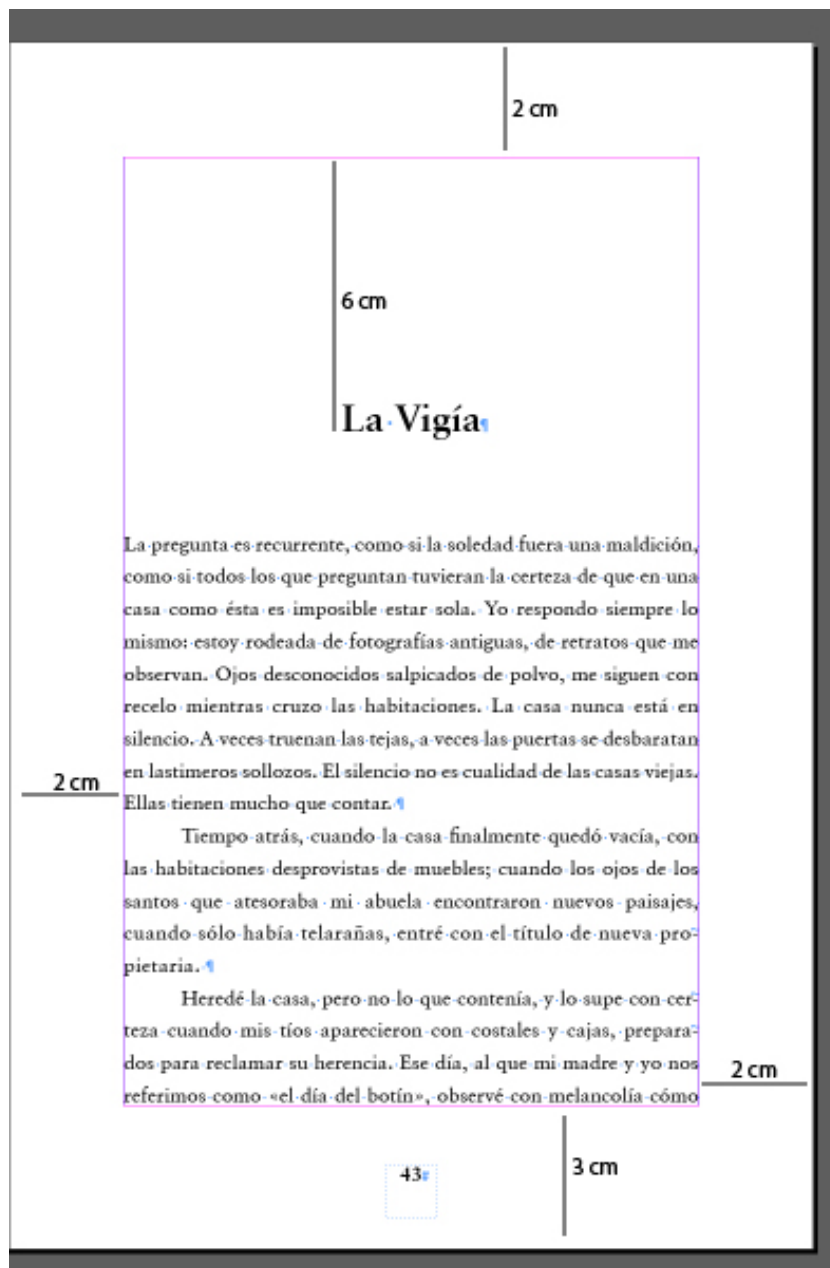


Figura 4. Imagen de página sencilla sin retícula de fondo

Madeja

Llegué hasta aquí apenas conteniendo el aliento, vigilando con estricto cuidado cada uno de mis movimientos: físicos y virtuales. Sobre todo, los virtuales. Cada espacio en las redes puede volverse un búnker privado con herramientas algo efectivas que los usuarios, incluso los inexpertos, pueden usar con cierta efectividad. Ella no es muy lista, es una mujer bastante promedio y gris escondida bajo la lustrosa imagen que se ha construido a lo largo del tiempo en redes sociales, en la vida real el efecto que provoca esa imagen es menor, más soportable.

Llegué hasta aquí jalando con suavidad y precisión la madeja de hilo que mi Ariadna dejó tendida con bastante imprudencia. En este tiempo he podido descubrir casi todo de ella. Apenas unos clics, deducción y mucha observación. La he observado desde hace casi siete años, la vi cambiar, adaptarse a las modas, a lo que cada cierto tiempo se vuelve bello y lo que yo quiero de mi Ariadna no va más allá de un atributo que ella misma ha convertido en su única virtud. El camino no ha sido fácil, en más de una ocasión aligerar la estricta disciplina con la que transité me costó volver a

Figura 5. Ejemplo de texto al inicio de capítulo

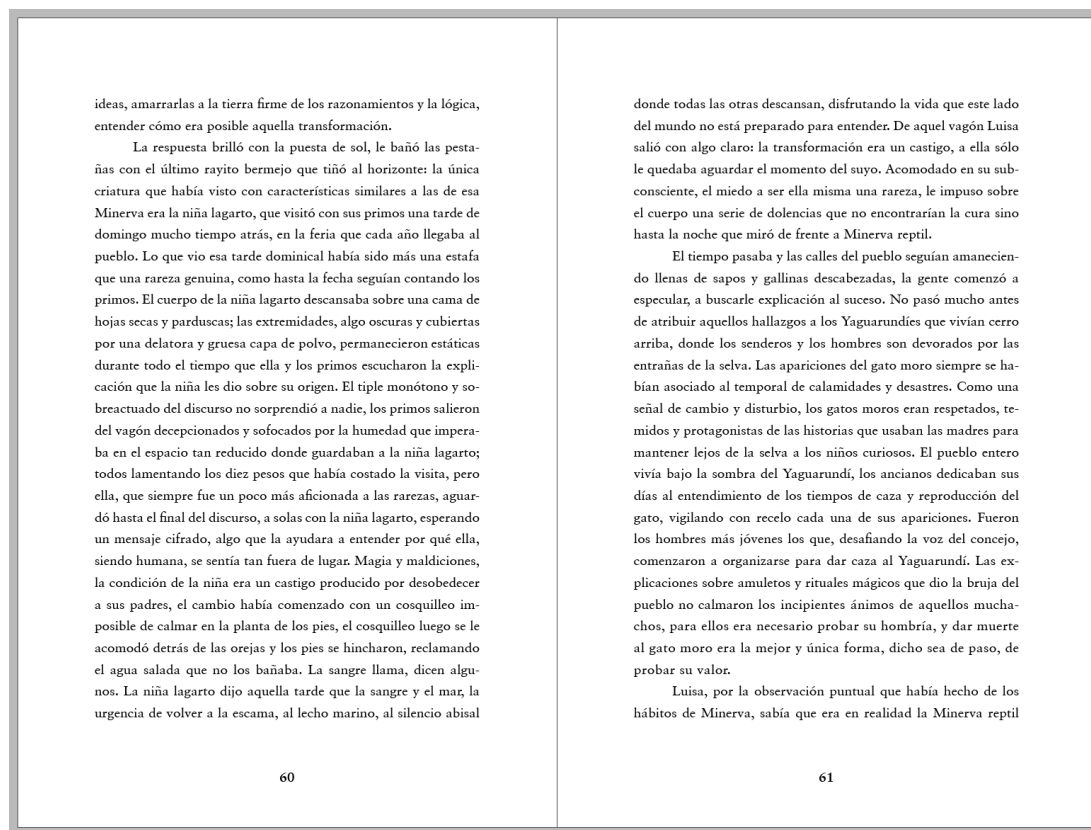


Figura 6. Ejemplo de texto doble página

Formato digital

Para el *ebook* se utilizará el archivo Epub 2, el cual si bien no es el más moderno, sí es el más utilizado en la actualidad, lo cual facilitará su distribución y alcance. Sin embargo, no hay que olvidar el archivo AZW3 y su importancia en los lectores electrónicos.

Por un lado, Epub puede ser leído en tabletas, celulares, computadoras y algunos *ereaders* (como los pertenecientes a Kobo y Tagus); por otro lado, aunque AZW3 sólo puede ser leído en los Kindle de Amazon, éstos lectores electrónicos son los que más alcance tienen en todo el mundo, pues son productos de gran calidad a un precio muy por debajo de la competencia.

Como veremos en la sección Distribución, resolver el problema de los dos formatos es tan sencillo como subir un documento a una plataforma en línea.

Una de las ventajas de este proyecto es que, a pesar de que se trabajará en dos formatos distintos, no es necesario crear dos trabajos diferentes, pues, como se mencionará más adelante, para el proceso de digitalización del libro únicamente es necesario tener un archivo de impresión final.

Por lo tanto, el libro impreso y el digital compartirán las mismas características en el diseño, con el valor añadido de que al libro digital será posible cambiar el tamaño, la fuente, el interlineado y la densidad de la caja según las preferencias del lector.

Tipografía

En la editorial Reverberante se tiene contemplada la generación de dos líneas editoriales; la primera dedicada a la literatura contemporánea, de autores jóvenes, nóveles, poco conocidos, pero con gran talento. Con esta línea editorial empezó la editorial y es objeto de este proyecto de maestría.

La segunda también está dedicada a autores contemporáneos, pero con mayor trayectoria, experiencia, reconocimiento y palmarés. Esta línea editorial no será trabajada en este proyecto, sin embargo, sí influye en la elección de tipografía que se utilizará en la colección que compete a este trabajo.

Para los forros del libro se consideró la Akzidenz Grotesk. Esta fuente de trazos muy gruesos se creó en 1898 por Ferdinand Theinhardt. Sirvió de inspiración para crear la famosa fuente Helvética (Free Fonts Vault 3) y es por esta misma razón por la que se eligió para los forros de este proyecto.

Se buscaba que la tipografía de los forros fuera llamativa y clara, que pudiera verse desde una distancia considerable y destacara por sobre un posible amontonamiento de títulos, pensado en exposiciones, ferias de libros o estantes en librerías. Sin duda Helvética ha sido esa gran tipografía clara y llamativa para usar en anuncios y carteles, tanto en físico como en digital, sin embargo, por esta misma condición ha sido utilizada innumerables veces en incontables proyectos por cientos de marcas y para fines diametralmente distintos.

Para que este proyecto se distanciara un poco de dicho uso desmedido de la Helvética, pero con el fin de mantener la esencia, fuerza y peso de la fuente, se decidió por utilizar la Akzidenz Grotesk. La cual, como su nombre lo indica, está clasificada dentro de las tipografías Grotescas, de Palo Seco, las cuales son de origen decimonónico y se pensaron, precisamente, para trabajos de rotulación y publicidad (Fuentes 65). Esta fuente se caracteriza por su estilo tecno y su peso audaz, por tal motivo es ideal para titulares y títulos; además de que funciona bien tanto para textos impresos de tamaño pequeño a intermedio, como para pantalla, por lo que se ajusta perfectamente tanto al impreso

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ1234567890 Akzidenz-Grotesk Extra
Bold

Figura 7. Especímenes de tipografía

Para la jerarquización en los forros se toman en cuenta las dos categorías importantes: el título de la obra y el nombre del autor. Para esta colección se ha decidido priorizar el título de la obra por encima del autor pues, al ser las primeras publicaciones de autores jóvenes, que muy poca gente conoce, es primordial darle relevancia a la obra. Por ello el título se propone en 44 puntos y el nombre del autor en 30 puntos, basado la experiencia y comentarios de un grupo focal que se realizó.

Para lo interiores se buscó una tipografía que tuviera dos características principales: que fuera legible y elegante al mismo tiempo. Es por ello que se decidió utilizar la fuente Sabon, diseñada por Jan Tschichold entre 1964 y 1967. Está clasificada dentro de las Garaldas, las cuales se caracterizan por sus trazos flexibles y finos, además de un contraste medio entre los trazos gruesos y delgados (Fuentes 56).

Su nombre es en honor de Jacques Sabon, discípulo de Claude Garamond (Bringinghurst 300). Evidentemente es una variante de la fuente Garamond, por ello se le describe como clásica, pero, al mismo tiempo, tiene el suficiente toque de modernidad que genera el haber sido creado tanto en fuentes de metal como para las máquinas de Linotype y Monotype.

Elegante y extremadamente legible (Linotype 1). Esta es una fuente que tiene “la calma y el firme flujo que se requiere para componer texto” (Bringinghurst 127). Para los propósitos de esta colección, es ideal para textos literarios y artísticos por estar inspirada en Garamond, una tipografía serif, con ejes humanistas y renacentistas. La familia consta de cuatro estilos diferentes que son más que suficientes al tratarse de narrativa breve.

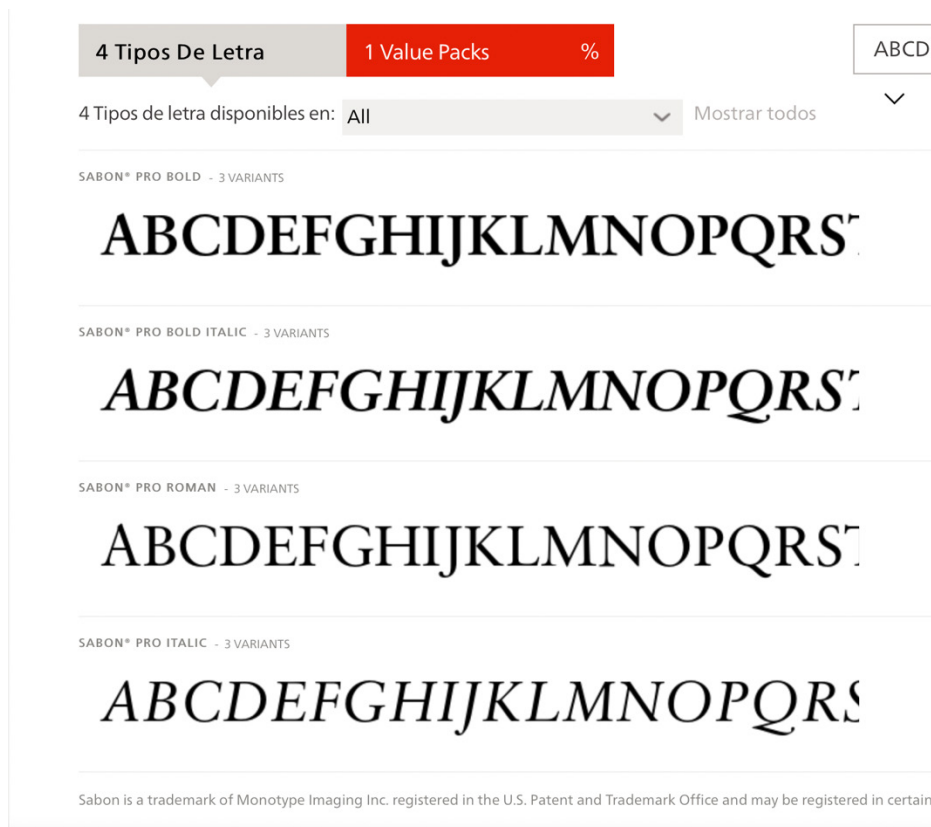


Figura 8. Especímenes de tipografía

No es mucha la clasificación de contenidos dentro de los interiores, por lo que las opciones de jerarquización van desde los títulos a 19 puntos, el cuerpo del texto en 11 puntos, los epígrafes y las dedicatorias también en 11 puntos, pero siempre en itálicas para distinguirlas del cuerpo del texto; y por último, las ocasionales notas al

pie irían en 7 puntos. Esta jerarquización está basada en la diferencia entre cada par de números: de 19 al 11 (8 puntos) y del 11 al 7 (4 puntos, es decir, la mitad del anterior).

Título

Cuerpo de texto

Epígrafes y dedicatorias

Notas al pie

Además, basada en la Sabon de Jan Tschichold, existe en Linotype una versión llamada Sabon eText, la cual está pensada para ser “legible cuando se muestra en teléfonos inteligentes, tabletas o lectores electrónicos” (Linotype 3) sin importar la calidad de resolución de los aparatos.

En ocasiones, un gran problema a la hora de adaptar un libro a formato digital es que “la baja resolución de muchos sistemas de visualización digital representa un gran desafío cuando se trata de presentar texto [...] particularmente en el caso de texto en tamaños de puntos más pequeños” (Linotype 1). Considerando este riesgo, se tomó la decisión de elegir una tipografía que no sólo sea compatible en formato impreso y digital, sino que haya sido diseñada para formato impresor (como es el caso de Sabon), como creada específicamente para formato digital (como es el caso de Sabon eText). Así, este proyecto cumple su propósito de manera integral, pensado en todas las opciones de salida disponibles.

Monotype no sólo ha adoptado la sugerencia de fuentes para este propósito, sino que también ha reelaborado minuciosamente las fuentes para perfeccionarlas y mostrarlas en entornos de baja resolución. También con el fin de mejorar la apariencia en tamaños de puntos más pequeños, se ha aumentado discretamente el grosor de la línea y se ha ajustado cuidadosamente la altura de la x. También se ha modificado el interletraje (Linotype 3)

Gracias a este diseño es posible cumplir con uno de los objetivos de este proyecto, pues la baja calidad de los dispositivos electrónicos que posea el lector no será un inconveniente para poder leer cómodamente los libros de esta colección.

En resumen, la tipografía elegida para esta colección está pensada de manera integral y complementaria. Se eligió Sabon para esta colección de autores jóvenes por ser clásica, pero a la vez moderna; elegante y a la vez muy legible; y porque funciona bien tanto para un largo vaciado de texto como para pocos párrafos. Sin mencionar su afinidad con los temas humanistas, artísticos y literarios.

Al mismo tiempo, por ser ésta una colección, se piensa en Sabon eText para los ebooks, pues es una tipografía pensada específicamente para ser vista a través de una pantalla, no importa la calidad ni la resolución, esta tipografía está pensada para sacarle el máximo provecho a la pantalla de estos aparatos electrónicos

Para una colección externa a este proyecto, pero de la misma editorial, se ha pensado en un antecedente de la Sabon, es decir, una Garamond, pues dicha colección representa lo clásico, lo elevado, lo consolidado, pero contemporáneo. Por eso es ne-

cesario recurrir a una tipografía clásica, probada a lo largo de los siglos, utilizada para grandes obras, pero pensada para nuestra época. Por eso, específicamente se pensó Garamond Premier, pues, además de tener 34 variantes, tiene, también, una versión para pantallas electrónicas.

Ilustración de portada

La portada fue realizada por Karina Maldonado, Karina Maldonado, diseñadora gráfica e ilustradora mexicana, trabajó en Ediciones Acapulco donde tuvo la oportunidad de conocer las propuestas de artistas gráficos que se convirtieron en sus grandes referentes como Alejandro Magallanes, Taquito Jocoque, Dr. Alderete y Artemio Rodríguez. Creadora de *La chica vato*, un personaje que a través de sus viñetas, ha contado anécdotas de amor, desamor, crisis existenciales, momentos de la pandemia y con la cual ha podido realizar murales, colaboraciones con ilustradores de su país y de América Latina y más. Actualmente es profesora de artes visuales a nivel secundaria y trabaja de forma independiente, realizando portadas de libros e ilustraciones en diferentes publicaciones como: *Revista Asalto*, *Revista Reverberante*, *Revista Virtual Quimera*, Editorial Reverberante, Editorial Enredars, Universidad Pablo de Olavide.

Boceto

La premisa para esta portada era estar en sintonía con el estilo del texto, el cual es una mezcla entre lenguaje elegantes, formal, herudito y situaciones, expresiones y remates abruptos, chuscos y materiales. Por lo tanto, la portada debería ser una mezcla entre lo sublime y lo material.

Primera prueba de portada

El primer boceto que se mandó fue el siguiente:



Se destaca la mezcla entre lo sublime (el sillón de terciopelo con detalles imperiales) y lo material (la ilustración caricaturesca de un diablo), sin embargo, solicité un cambio de color para el diablo puesto que podría confundirse con un duende.

Segundo boceto



Este segundo boceto ya incluía al diablo color rojo, pero el contraste del verde con el rojo provocó que se descartara esta imagen del diablo, por lo que sugerimos cambiar la ilustración.

Boceto final



Para llegar a la portada final, se intervino un grabado de Volac hecho por Louis Le Breton del *Diccionario infernal* publicado en 1863. Tanto el libro como el grabado son de dominio público, por lo que no aplica protección de derechos de autor al intervenirla ni utilizarla.

La intervención constió en agregarle ropa moderna (playera con mensaje “buena onda” en inglés, short negro y tenis estilo Converse) a Volac. De este modo se

logró esa mezcla entre lo sublime (el grabado decimonónico) y lo material (la interverción de artículos de cultura pop).

Estrategia económica

Para materializar la idea, se debe elaborar un presupuesto, tomando en cuenta las características del libro.

Ficha técnica:

- Tamaño 13.5 cm x 21 cm
- Número de páginas: 96
- Forros de cartulina sulfatada de 12 p, 4 x 0 tintas y solapas de 6 cm, laminado mate.
- Interiores de bond ahuesado de 90 g, 1 x 1 tinta
- Encuadernación hot melt

El cálculo del presupuesto contempla los gastos fijos y gastos variables:

Gastos fijos

Los gastos fijos son aquellos a los que el número de ejemplares impresos o el número de impresiones hechas no afecta; siempre serán la misma cantidad y se pagará una sola vez. Están relacionados con todos los gastos de edición.

Como esta colección no implica una convocatoria, ni son textos por encargo o compra de derechos, los originales empezarán el proceso de edición, seguido de la formación, lectura de pruebas y la impresión. A continuación, desglosaré los gastos fijos.

Corrección de estilo	(37.6 cc x \$50)	\$1880
Diseño editorial	1 propuesta	\$1000
Formación	(96 pp x \$30)	\$2880
Ilustración para forros	1	\$3500
Lectura de pruebas	(96 pp x \$14)	\$1344
ISBN	1	\$278

Total Gastos fijos: \$10,882

Gastos variables

Como se mencionó anteriormente, la impresión digital de tiraje corto es parte importante de la estrategia de comercialización. En este caso, para un primer tiraje de 200 ejemplares se cotizó con dos imprentas grandes que trabajan con mucha calidad: Grupo Espinosa e Impregráfica, bajo esa cotización, el costo por imprimir cada libro es de \$55.74 en Grupo Espinosa y de \$62.5 en Impregráfica, por lo tanto, se decidió la cotización más baja pues la calidad es prácticamente la misma, en consecuencia, la impresión total del tiraje tendría un costo de \$11,148.

Total Gastos variables: \$11,148.

Costo unitario

La suma de gastos fijos más los gastos variables da un total de \$22,030. Eso significa que cada libro tendría un costo unitario de producción de \$110.15 (\$22,030 entre 200 ejemplares).

Precio de venta al público y factor editorial

Este dato nos ayudará a conseguir el precio de venta al público (PVP). En la edición tradicional, los factores editoriales más comunes que ayudan a obtener un precio de venta suelen ser el factor 4, o el factor 5. Esto ayuda a repartir los ingresos de manera adecuada entre los costos de producción, descuentos a distribuidores, regalías y más.

Este proyecto propone utilizar un factor editorial diferente, menor al promedio, para que el PVP no sea demasiado alto. A continuación, se expone la distribución de porcentajes:

PVP			
	\$220	Producción	\$110 (50%)
		Descuento	-
		Regalías	\$22 (10%)
		Gastos operativos	\$22 (10%)
		Utilidad	\$66 (30%)

Figura 8. Tabla de distribución del PVP

Como se puede ver, el 50% del precio corresponde a la producción del libro, a las regalías y los gastos operativos se les asigna el 10% a cada uno, como es el común en el negocio editorial. Cabe destacar que este proyecto busca vender y distribuir los libros de forma directa con el lector, por lo tanto, en esta tabla no se considera un porcentaje para el distribuidor.

Sin embargo, es importante aclarar que la propuesta no pretende eliminar al librero de la cadena de comercialización del libro. Eso sería descabellado y atenta contra una relación muy antigua e importante en la historia del libro.

El temor a la desaparición de las librerías se funda en dos evidencias: 1) la crisis del modelo de librerías en cadena; y 2) la resistencia o dificultad de los libreros para encarar su indispensable renovación y transformación. El cierre obligado de las librerías durante la larga cuarentena de [2020] ha puesto al rojo vivo una situación que ya era grave desde hace por lo menos una década [...]

La cuarentena no ha hecho más que acelerar el proceso (el *e-commerce* se ha impuesto definitivamente) y dejar al descubierto la necesidad de estos cambios para las librerías: la crisis permitirá sobrevivir a quienes puedan adaptarse al nuevo entorno. Al mismo tiempo siguen surgiendo nuevas librerías independientes. Son la prueba más contundente de la vigencia de las librerías, espacios únicos para la vida comunitaria, cultural y literaria de todas las personas, y canal de venta indispensable para los editores (Vergara 83-84).

Entonces, ¿entran las librerías en este sistema propuesto? La respuesta es sí, y será explicada mejor más adelante.

Punto de equilibrio

Para conseguir el punto de equilibrio con este tiraje corto será necesario vender 125 libros, es decir, vender el 62.5% del tiraje. En comparativa, un libro de estas mismas características bajo los procesos de la edición tradicional tendría unos gastos totales de \$47,615 y su PVP sería de \$190, utilizando un factor 4. Para conseguir un punto

de equilibrio en esta operación, será necesario vender 561 ejemplares, es decir, vender el 56.1% del tiraje.

Como podemos observar, en proporción, entre el 62.5% y el 56.1% no hay mucha diferencia. Sin duda, una de las preguntas que surgen es: por el doble del costo total se están entregando 800 ejemplares más, ¿no sería más conveniente la edición tradicional? Como escribe Fernando Escalante: “Vender cien o doscientos ejemplares en Argentina, en Colombia, Chile y México, otros tantos en España, hubiera sido magnífico en otro tiempo; actualmente son cantidades irrisorias” (Escalante 285), es claro que, por lo tanto, a la edición tradicional le cuesta trabajo entender esta lógica de tirajes cortos. Sin embargo, los tiempos han cambiado,

vivimos [...] una sociedad líquida en la que el editor ya no lanza sus libros a un mercado de masas, sino a una pluralidad de mercados, propios de la sociedad de lo hipersegmentado, y en los que las estrategias a largo plazo antes utilizadas ya no funcionan (Gill 44).

Nuestra propuesta tiene dos ventajas: la primera es que un tiraje de 1000 ejemplares implicaría gastos de almacenaje y transportación más significativos que uno de 200 ejemplares, la segunda es en un caso hipotético de que se vendan 100 ejemplares: con nuestra propuesta ya se habría vendido la mitad del tiraje y estaríamos muy cerca del punto de equilibrio; con la edición tradicional, no estaríamos ni cerca del punto de equilibrio y sólo sería el 10% del tiraje vendido, lo cual ya implicaría números negativos. Por último, pero no menos importante, por cuestión de cantidad y pensando en un tiempo de crisis, es más fácil conseguir 22 mil pesos que 47 mil pesos,

La gran pregunta en torno a la distribución del libro es si conviene tercerizar la distribución en una empresa dedicada a la logística y los cobros a librerías o si, por el contrario, conviene asumir la autodistribución, a través de la cual es la propia editorial la que se ocupa de esas cuestiones (López y Malumián 91).

Estrategia administrativa

Distribución y difusión

El plan de ventas elaborado para este proyecto se basa en la venta directa, es decir, venta en ferias de libros, presentaciones, eventos literarios y de mano en mano; además de la venta a través de nuestra tienda en línea, pues “ante la escasez de recursos una pequeña editorial [como la nuestra] debe observar con mucho cuidado dónde invierte sus recursos” (López y Malumián 113).

Como se mencionó anteriormente, la venta a través de distribuidores está descartada, sin embargo, no está borrada la presencia en librerías. La primera razón para esto es que, al ser tirajes cortos, los costos unitarios se pueden elevar, por lo tanto, si al PVP le agregamos un porcentaje para el librero el precio podría elevarse tanto que saldría de las lógicas del mercado. Además, otra dificultad es que “la falta de competitividad en los grandes espacios de consumo hace al editor más dependiente y sensible a los cambios en la red de librerías” (Gill 43), porque en las librerías no se colocan los libros para que se vendan, sino los libros que sí se venden (Gill 53) y en eso, los grupos editoriales transnacionales nos llevan ventaja. Por otro lado, si damos un porcentaje al librero a partir del PVP anteriormente establecido, lo más probable es que las utilidades bajen hasta el punto de no obtener una ganancia económica del producto.

Entonces, ¿cuál es nuestra propuesta? Consideramos que la presencia en librerías es importante tanto para el autor como para el lector, pues es una exhibición de la marca en un lugar que se dedica a eso, además de que siempre es bueno poder remitir a una persona a un lugar físico a donde pueda ver nuestra oferta y la de los colegas editores. Por último, la relación entre editor y librero es tan importante como la del editor con el lector o el librero con el lector; para cumplir con esa cadena productor-recomendador-consumidor, es importante tener presencia en librerías.

¿Cómo? Esta parte del plan editorial enlaza la presencia en librerías físicas con la venta de los *ebooks*, y tiene que ver más con un plan de promoción que con las ventas en sí.

Es decir, las ventas que nos arrojarán el margen de contribución que nos permita llegar al punto de equilibrio se harán a través de la venta directa; los libros que se vendan en librerías y los *ebook* formarán parte de la inversión a promoción y difusión. No se contabilizarán los ingresos que podrían llegar por estas dos vías para la recuperación de la inversión.

Trataré el tema de los *ebooks* aparte, debido a que tienen sus propias lógicas, costos, distribución y comercialización. Además, por el uso que se le dará, esos gastos corresponden más a un presupuesto de promoción que a uno de producción.

Los *ebooks* que trabajamos son en formato Epub2, porque es el más común y compatible. Tenemos una alianza con un socio comercial llamado Bookwire, que es una plataforma alemana de distribución de contenidos editoriales digitales. Ellos nos colocan en tiendas digitales como Amazon, Google Play Books, Apple books; y en las páginas web de librerías importantes, como Gandhi, Sótano, Casa del libro y muchas más; así como también nos colocan en plataformas de suscripción como Amazon Kindle unlimited, bookmate, Scribd, storytell, etc.

Con este socio no se generan costos, sino descuentos. Ellos cobran un 50% del PVP del libro digital. Además, aunque la conversión a digital no es directamente con ellos, tienen proveedores que recomiendan y realizan esa función. En mi caso, el costo por digitalizar el libro a partir de los archivos de impresión en PDF a Epub2 es de 40 centavos de euro por página. Por lo tanto, la digitalización del libro tiene un costo total del \$803.27 mxn según el tipo de cambio actual.

Ahora bien, para determinar el PVP del ebook no es posible utilizar las mismas lógicas que el impreso, empezando porque no existe un stock del cual sacar precios unitarios. Por lo tanto, según Daniel Bechimol, el PVP se piensa más en cuánto estaría dispuesto a pagar el consumidor, según referencias en el mercado.

Para ello he decidido utilizar los rangos que Amazon, el mayor vendedor de ebooks en el mundo, establece como máximos y mínimos. Ellos estipulan el rango entre 2.99 dls y 9.99 dls. Por otra parte, a los lectores no les parece lógico que el precio del *ebook* sea sólo un poco más barato que el libro impreso, es por eso que sólo quitar los gastos variables para llegar al PVP no sería suficiente. Lo más recomendable es apegarse a los estándares que establece el líder en ventas y establecer el precio entre los \$60 mxn y los \$198 mxn.

Trini Vergara, editora argentina, apunta algo muy interesante con este asunto del libro:

En el idioma español nunca llegó esta tranquilidad. Se mantuvo la actitud defensiva, montada sobre el prejuicio –el *ebook* viene a reemplazar al libro impreso–, y en una consecuencia negativa de esa actitud: la piratería digital, fruto de unos precios de los *ebooks* percibidos como demasiado altos. Año a año va desmoronándose este prejuicio, y la equivocada defensa de los precios elevados todavía está presente en la mayoría de los editores, que sólo consiguen mantener bloqueado ese mercado. A precios aceptables, más económicos, se venderían muchos más libros digitales, y sería además la mejor defensa –esta sí, real– contra las descargas gratuitas no autorizadas (Vergara 92-93).

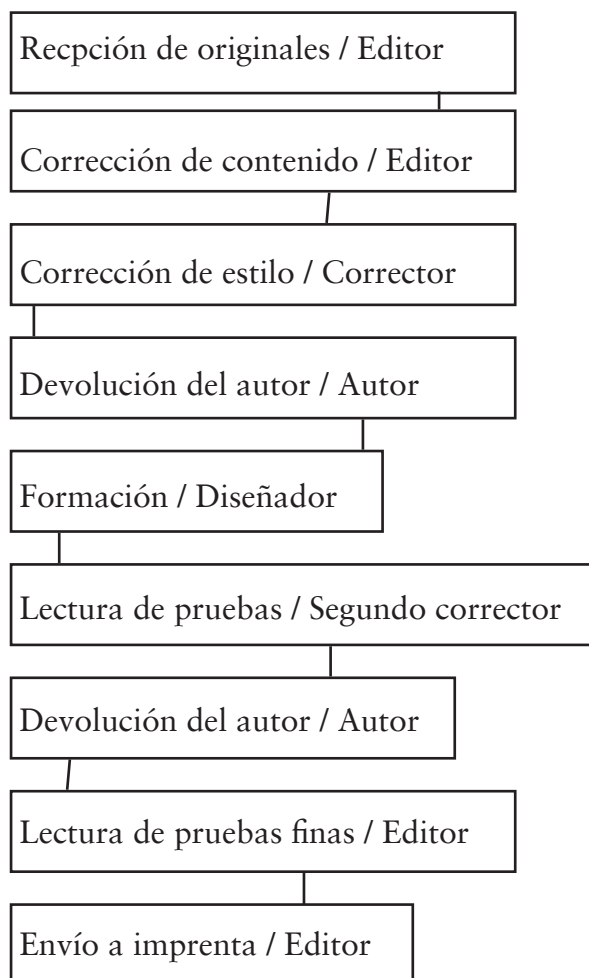
Por lo tanto, mientras los lectores no terminan de acostumbrarse a los ebooks (al menos en nuestro país), servirán como promoción y para generar prestigios al aparecer en páginas importantes como Gandhi y El Sótano.

Por supuesto, la difusión también se hará en redes sociales, con inversión en publicidad, ya que “en la sociedad [...] gran parte de nuestro conocimiento utilizado en nuestras decisiones de compra procede de la publicidad” (Gill 47).

En conclusión, las propuestas que generamos en este plan editorial no sólo son lógicas en la teoría, sino que, a la luz que brindan los números, son viables y, a largo plazo, redituables.

Estos mecanismos son utilizables para crear un catálogo de fondo o para fundar una editorial, sin embargo, si es posible que la editorial crezca de manera exponencial hasta que logre obtener mejores ganancias y sea posible editar de manera tradicional aumentando las ganancias, entonces estaríamos en un escenario óptimo y podremos ponerle frente a la crisis.

Flujo de trabajo



Cronograma

Etapa	Primer año	Segundo año
Planeación del proyecto		
Propuesta de formato		
Boceto de páginas interiores		
Pruebas de diagramación		
Diagramación final		
Revisión de contenido		
Revisión técnica y de estilo de textos		
Integración de correcciones		
Formación		
Registro de obra		
Bocetos de forros		
Redacción de página legal y texto introductorio		
Diseño de forros		
Revisión de forros		
Revisión de primeras pruebas		
Integración de ajustes en interiores y forros		
Revisión de segundas pruebas		
Integración de ajustes finales		
Preparación de archivos para impresión		
Producción de maquetas		

Derechos de autor

No es un secreto que la fijación y reproducción del conocimiento ha contribuido al “desarrollo de los seres humanos, de su cultura e interacción” (Cabanellas 208). Sin embargo, desde la industrialización editorial a partir de 1455 salta a la vista un aspecto que para nuestros tiempos ya es fundamental: el derecho de autor.

Si bien para el siglo XVII los reyes decidían quién tenía derecho a reproducir determinadas obras, es cierto que esa práctica entorpecía la diversidad de pensamiento al acomplarse completamente al autoritarismo de un rey (Cabanellas 209).

Fue hasta 1787 que se plasma por primera vez la protección a las obras “para fomentar el progreso de las ciencias y las artes” (Cabanellas 210) en una constitución de Estados Unidos de ese mismo año.

El resultado hizo mella en los demás pueblos americanos, como en México que apareció en 1871 (Cabanellas 210) y su publicación más nueva fue el 24 de diciembre de 1996, teniendo como última reforma publicada el 1ero de junio de 2018.

Al respecto, los derechos de autor se dividen en dos: Derechos Morales y Derechos Patrimoniales.

Los derechos morales son los que establecen que “el autor es único, primigenio y perpetuo titular de los derechos morales sobre las obras de su creación” (LFDA 5), además de que este derecho es inalienable, es decir, que no puede separarse del autor; es imprescriptible, por lo tanto no caduca, no se puede renunciar a él y no se le puede arrebatar ni embargar (Gutiérrez 67). Estos derechos tienen que ver con el reconocimiento del autor como creador de la obra.

Por otro lado, están los derechos que suponen la parte económica, los cuales responden al derecho humano de vivir de las creaciones. Los derechos patrimoniales dan al autor la facultad de “explotar de manera exclusiva sus obras, o de autorizar a otro su explotación” (LFDA 6) a través de un contrato. Cabe resaltar que, aunque el autor pueda ceder sus derechos patrimoniales, los derechos morales no serán negociables nunca.

Según el artículo 27 de la Ley Federal de Derechos de Autor, el titular de los derechos patrimoniales de una obra podrá autorizar o prohibir la:

- Reproducción de copias a través de cualquier medio
- Comunicación pública de la obra
- Transmisión pública de cualquier modalidad
- Distribución

- Importación
- Divulgación de obras derivadas
- Cualquier utilización pública

Esto derechos involucran el derecho a recibir una retribución, que es inherente a todo trabajador, incluido el trabajador intelectual (Cabanellas 208).

Con respecto a la anterior, para este proyecto se ha trabajado la cesión de derechos patrimoniales, pues mi papel como editor no figura en ninguna instancia en la obra.

El libro que se trabajó en esta maestría, *El ego de las hormigas* de Ángel Godínez Serrano fue escrito entre el 2016 y el 2020. Asimismo, fue aceptado en mayo de 2018 para formar parte del Fondo Editorial Tierra Adentro a través de una carta de aceptación (anexo). Sin embargo, en junio de 2019, el autor recibió otra carta donde el Fondo Editorial se deslindaba de la obra y la dejaba a consideración del autor para “enviarla a dictamen en otras editoriales” (anexo).

En primer lugar, el Fondo Editorial Tierra Adentro no contó en ningún momento con los derechos patrimoniales de la obra, pues no se firmó un contrato con el autor y la convocatoria no especificaba que la participación en el concurso implicaba la cesión de derechos. De cualquier forma, no se recomienda a ninguna editorial (menos a un patrocinada por el Estado) que celebre acuerdo implícitos, sino que dichos acuerdos deben ser explícitos y por escrito.

En segundo lugar, de todas formas, con el envío de la segunda carta el autor quedó libre de negociar los derechos patrimoniales con quien él quisiera. En este caso, yo, José Luis Zapata Torres, persona física con actividad empresarial, celebré un contrato con el cual se cedían los derechos patrimoniales de reproducción, distribución y comercialización. Un contrato se define como un “acto jurídico bilateral que se constituye por el acuerdo de voluntades de dos o más personas y que produce ciertas consecuencias jurídicas (Simental Franco 103)

El contrato que firmamos se divide en:

- Definiciones
- Declaraciones
 - Declara el Editor
 - Declara el autor
 - Ambas partes declaran
- Cláusulas
- Firmas

En la primera parte se definió qué es una obra literaria y qué son los derechos de autor. Luego, en las declaraciones de ambas partes se colocaron datos personales y se mencionó el anexo de los documentos personales.

Las cláusulas hicieron referencia a las obligaciones y derechos, y a quién correspondía cada cual, por ejemplo los plazos para entregar el manuscrito, el tiempo que tiene el editor para publicar la obra, la facultad del editor de negociar los derechos patrimoniales con un tercero, los gastos que ejerce el editor para publicar la obra, el porcentaje de regalías y su distribución, fecha de pago de regalías y otras cosas más.

Ahora bien, es importante aclarar que como editor no poseo los derechos morales, por lo tanto, no me corresponde realizar el registro de obra ante el Instituto Nacional de Derechos de Autor, sin embargo, se orientó y ayudó al autor para que realizara el trámite.

El trámite del Número Internacional Normalizado del Libro, o ISBN por sus siglas en inglés, fue más sencillo debido a que, como editor, pertenezco al padrón del Indautor y tengo una cuenta en la página de Agencias de ISBN, es por ello que nuestros libros salen ya con nuestros respectivos números identificadores, como más adelante expondré. El resultado del proceso dura al rededor de dos semanas para el ISBN del libro físico y cinco días aproximadamente para el del libro digital porque, cabe aclarar, que se necesita un ISBN para cada formato de libro.

El Número Normalizado funciona así:

Prefijo internacional	978
Indentificador de grupo (México)	607
Prefijo de editor o de agente editor	59321
Indentificado de título o de publicación	3
Dígito de control o de comprobación	2

El costo del ISBN es de \$278, se hace un depósito bancario y después se realiza el trámite a través de la página web. El Código de barras para el libro se hace a través de los números del ISBN y se puede o no pedir en el mismo trámite en la Agencia Naciona de ISBN, con un costo particular. Para esta obra, por supuesto, es aplicable y obligatorio (LFDA 10)

En cuanto a la ilustración para los forros, cabe aclarar que la diseñadora, Karina Maldonado ha colaborado en proyectos anteriores de Reverberante por lo que ya existía una relación laboral. Para este proyecto celebramos una cesión de derechos en la que se estipuló que me cedía los derechos patrimoniales de la ilustración a cambio de un pago.

Fuentes bibliográficas

- Academia Mexicana de la Lengua, “¿Solo debe acentuarse siempre que tenga el valor de ‘únicamente’ o solamente cuando exista riesgo de ambigüedad, como indicaba la antigua norma?”, *Consultas*, consultado el 15/nov/2022 en <https://www.academia.org.mx/consultas/consultas-frecuentes/item/acentuacion-en-la-palabra-solo>
- Beristain, Helena. *Diccionario de retórica y poética*. México: Porrúa, 2010.
- Bringhurst, Robert, *Los elementos del estilo tipográfico*, México: Fondo de Cultura Económica, 2008.
- Cabanellas, Ana María, “Derechos de autor”, *El mundo de la edición de libros*, Paidós: Buenos Aires, 2005, pp. 208-222.
- CERLALC, *El sector editorial iberoamericano y la emergencia del covid-19*, Cerlalc-Unesco, Bogotá: 2020.
- Escalante Gonzalbo, Fernando, *A la sombra de los libros. Lectura, mercado y vida pública*. México: El Colegio de México, 2007.
- Federación de Gremios de Editores de España, *Conecta*, “Hábitos de lectura y compra de libros en España | 2022”. Madrid: 2023. Disponible en: <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:6aea88a9-599d-4c4b-b064-df29cddd3aec/230227-presentacion-habitos-lectura.pdf>
- Fuentes Fuentes, María y Huidobro Espinosa, Marcela, *Creación de un sistema interactivo: Elementos fundamentales de la tipografía*. Tesis Licenciatura. Diseño Gráfico. Puebla: Departamento de Diseño de Gráfico, Escuela de Artes y Humanidades, Universidad de las Américas. 2004.
- Gil, Manuel y Jiménez, Francisco Javier, “Del editor ‘friki’ al editor ‘wiki’”, *El nuevo paradigma del sector del libro*, Madrid: Trama Editorial, 2012.
- Gonzalez Ruiz, Guillermo, *Estudio de diseño*, Buenos Aires: Emecé, 1994.
- Gutiérrez Hardt, Jade Nadine *Diccionario visual para niños. Primer acercamiento al alemán*. Tesis de Maestría.
- INEGI, *Comunicado de prensa Núm. 215/21*, “La lectura en formato digital de libros revistas y periódicos registra los incrementos más altos desde 2016: Molec 2021. México, 22 de abril de 2021 en https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/MOLEC2020_04.pdf
- Ley Federal del Derecho de Autor, Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1996. Última reforma publicada DOF 01-07-2020.

- López, Hernán y Malumián, Víctor, *Independientes, ¿de qué?*, México: Fondo de Cultura Económica, 2016.
- Manual de estilo del Diario “El País” de España.
- Martínez de Sousa, José, *Manual de estilo de la lengua española*, Gijón: Ediciones Trea, 2012.
- _____, *Ortografía y ortotipografía del español actual*. Gijón: Ediciones Trea, 2014.
- Presentación de la encuesta Nacional de Lectura “Cómo leemos”. 28 de mayo de 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=MErrkJgJFXk>. 18 de junio de 2022.
- Ramos, Luis Arturo, “Notas largas para novelas cortas”, *Una selva tan infinita. La novela corta en México (1872-2011)*, Coord. Gustavo Jiménez Aguirre. México: UNAM, 2011.
- Real Academia Española. *Libro de estilo de la lengua española*. Madrid: Espasa.
- Rodríguez Roche Sulema, Leiva Ramos Aimée. “Las tecnologías de información en la actividad editorial: tendencias, contextos y perspectivas”. *Acimed* 2009;20(5). Disponible en: <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v20n5/aci051109.pdf>.
- Sabon, *Linotype*, s.f, <https://www.linotype.com/es/5598633/sabon-familia.html>. Accedido el 19 junio de 2022.
- Simental Franco, Víctor Amaury. “Contratos. Consideraciones en torno a su definición”. *Revista de Derecho Privado*. Nueva época, año VII 21-22 (2009): 103. Web.
- Swann, Alan, *Cómo diseñar retículas*, Barcelona: Gustavo Gili, 1990.
- Trémoli, Adrián, *Diseño del libro. Construcción de la página*, Buenos Aires: Nobuko, 2008.
- Vázquez Guevara, Rony, “Hacia una aproximación a la micronovela en la literatura hispanoamericana actual”, *Microtextualidades. Revista Internacional de microrelato y minificción*. No. 4, 2018, pp. 139-151. En <https://doi.org/10.31921/microtextualidades.n4a12>
- Vázquez Guzmán, Cintia Libertad, *Epub de maquetación fluida*, Tesis de maestría,
- Vergara, Trini, “Los 10 prejuicios que impiden el progreso de las editoriales”, *Trama y texturas*, 42, Madrid, 2020.
- Zavala Ruiz, Roberto, *El libro y sus orillas*, Fondo de Cultura Económica, México: 2012.
- Zavala, Lauro, “De la teoría literaria a la minificción posmoderna.” *Ciências Sociais Unisinos*, vol. 43, no. 1, 2007, pp.86-96. Redalyc, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93843109>

Anexos

Manual de estilo

- Manual de estilo
Colección “Narrativa Reverberante”.
- I. Principios
 - II. Recepción de originales
 - III. Géneros narrativos
 - a. Microficción
 - b. Cuento
 - c. Novela corta
 - d. Micronovela
 - IV. Tipografía
 - a. Normas comunes
 - b. Cursiva
 - c. Negra
 - V. Abreviaciones
 - a. Abreviamiento
 - b. Abreviaturas
 - VI. Números
 - a. Normas generales
 - VII. Signos ortográficos
 - a. Coma
 - b. Punto
 - c. Punto y coma
 - d. Dos puntos
 - e. Comillas
 - f. Paréntesis
 - g. Raya
 - h. Interrogación y exclamación
 - i. Puntos suspensivos
 - j. Acentos
 - k. Altas y bajas
 - VIII. Normas gramaticales

- a. Adverbios
 - b. Concordancia
 - c. Errores gramaticales
 - d. Equivocaciones frecuentes
- IX. Hoja de estilos
- X. Bibliografía

I

PRINCIPIOS

La colección «Narrativa Reverberante» perteneciente a esta editorial, tiene como objetivo publicar las primeras obras narrativas de autores jóvenes, menores de 35 años, que durante un tiempo de crisis (limitaciones económicas, sociales, políticas y de salud global) serían muy difíciles de ser publicadas por otras editoriales debido al riesgo que implican.

Si bien uno de los propósitos medulares de la colección está centrado en el autor, el otro está pensado en el lector, esto es, acercar al público una original fresca, alejada de los patrones comerciales de los que están repletas la librerías.

Así, las obras que en esta colección se publican deben ser originales, cortas, de un lenguaje claro, primeras ediciones y con una propuesta literaria bien definida.

En su forma, la colección abarca para cada título una versión impresa y una digital. Las características de la versión impresa son:

- Tamaño 14 x 21 cm
- Forros a 4 x 0 tintas
- Interiores a 1 x 1 tintas
- Solapas de 6 cm

Como es una colección pensada para afrontar tiempos de crisis, algunos elementos se han pensado para aprovechar de mejor manera los avances tecnológicos que están a nuestro alcance, así, además de la versión electrónica en epub (con conversión a Mobi) para la versión impresa se ha optado por utilizar el sistema POD (*print on demand*) o impresión bajo demanda. Por este mismo motivo, el libro no puede exceder las 40,000 palabras, pues su costo se elevaría y con éste, el precio de venta al público.

Esta colección apoya las nuevas expresiones literarias, por lo que en este manual de estilo no se busca coartar ningún estilo personal, sin embargo, en aras del entendimiento del público lector, sí se busca que el mensaje sea claro y entendible. Por ello, todos los criterios que aquí se muestran son con la intención de hacer que el autor tenga libre expresión y que al lector no le cueste demasiado trabajo entender y, sobre todo, disfrutar de la obra.

II

Entrega de originales

Para esta colección se recibirán textos narrativos con una extensión mínima de 17,500 palabras y máxima de 40,000 palabras, en los géneros de minificción, cuento, novela y micronovela.

Se entregarán dos copias de manera digital, una en formato Word editable y otra en PDF, ambos en tamaño carta con fuente Times New Roman, en 12 puntos y un interlineado doble. Márgenes normales (superior e inferior de 2.5 y lateral de 3 cm). Las páginas deberán estar numeradas en la parte inferior.

En el cuerpo de texto, los títulos o capítulos deberán ir centrados y con negritas. Las dedicatorias o epígrafes deberán estar alineados a la derecha, y en cursivas.

Los primeros párrafos deberán ir sin sangría en la primera línea y los siguientes párrafos irán con sangría de 1 cm en la primera línea.

Esta colección sólo contempla géneros literarios narrativos, por lo tanto, no contempla un sistema de citación ni contempla la adhesión de tablas o imágenes; a menos que la obra ficcional los requiera, en cuyo caso, el autor podrá elegir lo que le parezca mejor para dar el mensaje de mejor manera.

Los archivos originales serán enviados al correo revista.reverberante@gmail.com, en el asunto deberá estar el título de la obra seguido del nombre el autor y entre paréntesis la palabra «Manuscrito», así: «El ego de las hormigas – Ángel Godínez Serrano (manuscrito)». Los archivos deberán nombrarse de la misma manera anterior descrita.

III

GÉNEROS NARRATIVOS

MICROFICCIÓN

La minificción es un género literario surgido a principios del siglo XX. Se ha señalado la publicación en México del texto “A Circe” (1914) de Julio Torri como referente original. La minificción [...] es un [...] texto experimental de extensión mínima con elementos literarios de carácter moderno o posmoderno. [...] La minificción puede ser moderna y fragmentaria (como parte de una totalidad a la que pertenece) o posmoderna y fractal (como parte de una serie con cuyos otros textos comparte rasgos específicos). Por lo tanto, la minificción siempre surge como consecuencia de un acto de relectura irónica o paradójica de convenciones textuales, ya sean genéricas o ideológicas (o ambas) (Zavala 92).

Cuento

Variedad del relato. [...] el cuento se realiza mediante la intervención de un narrador y con la preponderancia de la narración sobre las otras estrategias discursivas [...] las cuales si se utilizan suelen aparecer subordinadas a la narración y ser introducidas por ella [...], puede ser en verso aunque generalmente es en prosa. El origen del cuento es muy antiguo, responde a la necesidad del hombre de conocerse a sí mismo y tiene su raíz en el subconsciente y en los mitos la relación de acontecimientos puede ser oral o escrita, puede dar cuenta de hechos reales o fantásticos.[...] el cuento se caracteriza porque en él, mediante el desarrollo de una sucesión de acciones interrelacionadas lógicamente y temporalmente, la situación en que inicialmente aparecen los protagonistas es

objeto de una transformación. [...] en general el cuento admite, por su brevedad, una intriga poco elaborada, pocos personajes cuyo carácter se revela esquemáticamente, unidad en torno a un tema, [...] un solo efecto global de sentido y, sobre todo el cuento moderno, requiere un final sorpresivo (Beristain 126-127).

Novela corta

La novela corta no es ni una «novela chiquita» ni un «cuento largote». Su categorización no puede caer bajo el rigor de una simple suma de palabras o de una arbitraria cunatificación de páginas [...]. No es un simple intermedio entre la novela y el cuento; sino como una propuesta autónoma con respecto a las que la constriñen. Una entidad escritural consciente de sí misma y por lo tanto disciplinada, pero jamás sumisa a sus propias convenciones y que ya alcanza [...] la noción de género independiente [...] (Ramos 39).

La novela corta es una propuesta que invita al lector, desde los primeros párrafos o mediante capítulos numerados o fragmentos divididos por blancos tipográficos, a ponderar el texto a profundidad y no sólo horizontalmente. El rompimiento premeditado del orden causal desde el cual se organiza el cuento (pero no necesariamente el relato ni la novela), posibilita y hasta sugiere la lectura reposada orientándola hacia detalles o aspectos que no aparecen o suelen pasar inadvertidos en el cuento (Ramos 42).

Micronovela

En una primera aproximación podemos señalar que esta modalidad narrativa está conformada por capítulos de extensión brevísima que pueden ser minificciones, microensayos, micropoemas, entre otros textos brevísimos. En síntesis: cada capítulo de la micronovela es un texto hiperbrevecuya estructura puede ser narrativa, lírica, dramática o híbrida (Vázquez 142).

IV

TIPOGRAFÍA

LAS NORMAS ESTABLECIDAS EN ESTE MANUAL SE BASAN PARCIALMENTE EN EL MANUAL DE ESTILOS DEL DIARIO *EL PAÍS*, SALVO ALGUNAS EXCEPCIONES SOBRE USOS REGIONALES, EN TAL CASO, SE RECURRIÓ A LA ACADEMIA MEXICANA DE LA LENGUA.

SECCIÓN 1: NORMAS COMUNES

3.1 Nunca un texto, una ilustración o un filete pueden sobresalir de la caja tipográfica.

3.2 Los signos ortográficos unidos a una palabra escrita en un tipo de letra distinto al resto del texto deben escribirse en ese tipo. Así, si la última palabra de una cita entre-

comillada va en cursiva, las comillas de cierre deben ir igualmente en cursiva (Martínez de Sousa 208-209).

3.3 Después de cualquier signo (coma, punto y coma, dos puntos, punto, puntos suspensivos, interrogación, admiración, paréntesis, raya, etc.) si no se señalara punto y aparte, hay que poner un espacio (Martínez de Sousa 208).

3.4 La palabra que preceda una cifra debe ir unida a esta. De esa forma se evita que nombres como el de «Felipe II» puedan quedar separados.

3.5 Los números que preceden a una enumeración en varios párrafos irán en negrita seguida de punto. Estos párrafos se sangrarán si así va el resto de la composición.

3.6. La primera línea de un texto nunca se sangra. Lo mismo habrá de hacerse cuando entre los párrafos medie un blanco de separación.

3.7. Cuando una composición lleva capitulares es permisible que esta letra no vaya precedida de signos como las comillas o la interrogación.

3.8. Los textos compuestos en bandera no pueden partir palabra a final de línea.

3.9. Nunca se parte palabras en un título. Por lo que respecta a la división en líneas, se procurará que esta no entorpezca la comprensión de la frase, así como que las líneas resultantes no tengan igual ancho. En este sentido, lo ideal en el caso de dos líneas, es que la más larga sea la primera; en el caso de tres o más líneas, la más largas pueden ser las centrales o las extremas, siempre que se evite el efecto escalera.

3.10. La división silábica a final de línea es automática. Las palabras no castellanas se pueden dividir según las reglas de la Academia Española.

3.11. La última línea de un párrafo nunca puede tener menos de cuatro caracteres. Tampoco se permiten más de cuatro líneas seguidas que finalicen con un guion.

Sección 2: Cursiva

Este tipo de letra, del que conviene no abusar, se empleará de la siguiente manera

3.12 Para neologismos de uso no extendido.

3.13. Segundo sentido. Cuando se quiera dar énfasis o un segundo sentido a determinado vocablo (Martínez de Sousa 428).

3.14. Nombres. Se empleará cursiva en los alias vulgares y en los apodos, únicamente cuando acompañen al nombre, pero no si van solos. Ejemplos: «Saúl *El Canelo* Álvarez», «El Canelo ha ganado la pelea». En este caso el artículo irá en minúscula como parte del nombre (Martínez de Sousa 428).

3.15 Los apodos que agrupen a dos o más personas, o a un colectivo, se escribirán siempre en cursiva: «*los Zetas*». En este caso, el artículo irá en minúscula y también en cursiva.

3.16. No se emplearán en cursiva las palabras con que se designe a los seguidores de un político o de una doctrina: «zapatistas», «villistas», «comunistas».

3.17. Títulos. Se escribirán en cursivas los títulos de periódicos, libros, películas, canciones, obras teatrales o musicales, o alguna de sus partes (capítulos de un libro, artículo de un diario), siempre que los dos títulos no se citen juntos. En este caso, el título general irá en cursivas y el de la parte con comillas: El cuento «Macario» sacado del libro *El llano en llamas* (Martínez de Sousa 428).

3.18. Otros idiomas. Se escribirán en cursiva los términos no castellanos que se utilicen excepcionalmente, pero no los nombres propios de otra lengua.

3.19. Los nombres comunes y no castellanos de accidentes geográficos, vías urbanas o edificios, que, según la norma, deberían ir en cursivas, se escriben, sin embargo, en redonda y con mayúsculas inicial cuando preceden a un nombre propio: «Rue de Rivolio», «Palazzo Chigi», puesto que un elemento diferenciador, en este caso las mayúsculas, anula el empleo de otro.

3.20. Uso generalizado. No va en cursivas, aunque se trate de palabras no castellanas: «internet», «software», «golf», etc.

3.21. Siglas. Las siglas van siempre en redondas.

3.22. Citas textuales. Nunca se empleará la cursiva en citas textuales, aunque no estén en castellano; otra cosa es poner en cursiva una o varias palabras de toda una frase entrecorillada.

3.23. Las notas al pie no constituyen excepción a estas reglas.

Sección 3: Negras

3.24. Sólo se recomienda el uso de negras en los títulos; en ninguna circunstancia debe usarse en el cuerpo de texto.

V

Abreviaciones

Sección 1: Abreviamentos

4.1 Se recomienda no escribir palabras o nombres de manera abreviada. Sin embargo,

en caso de ser necesario, los criterios se explican a continuación.

4.2. Se admiten formas apocopadas que han adquirido un uso generalizado en el idioma: «cine», «foto», «metro», «moto», etc. En cambio, aquellos más propios del uso coloquial, como «cole», «depre», «seño», «profe», entre otros, sólo podrán escribirse en cursivas.

4.3. Los mismo para nombres propios apocopados: «Ama», por Amaranta, «Juanga», por Juan Gabriel. Son casos distintos a los de un apodo o alias, por eso se escribirán en redonda.

4.4. Se admite el abreviamiento en los años, siempre y cuando no se preste a equivocaciones: «Generación de 27», «cosecha del 56».

Sección 2: abreviaturas

4.5. No se permite la abreviación de palabras sueltas, frases hechas o determinados nombres: «admón», en lugar de «Administración», etc.

Vi Números

Sección 1: Normas generales

5.1. Se escriben con todas sus letras sólo las cifras del cero al nueve. Las cantidades que puedan expresarse con dos números irán siempre en guarismos.

Para los millones no se empleará los seis ceros correspondientes, sino la palabra «millón»: «un millón», «dos millones», «535 millones».

–Será una excepción cuando las relaciones de cifras en las que unas deban escribirse con letras y otras con guarismos, se optará por ponerlas todas con números: «3 ministros, 45 senadores, 2 diputados, 100 policías».

–Frase ya hechas o literarias, se escriben con todas sus letras: «se lo dijo mil veces», «las mil y una noches», «Cien años de soledad».

–Los números quebrados se escriben siempre con todas sus letras: «un cuarto», «dos tercios», «un octavo».

5.2. Siempre se empleará guarismo en los siguientes casos:

–Los días de mes: «1 de febrero», «2 de octubre»

–Numeración de las calles: «calle Sur 21»

–Numeración de los pisos, apartamentos o habitaciones de un hotel: «aparta-

mento 512»

–Los años: «1995», pero no las décadas «los años noventa».

–Las cifras con decimales: «3.5 centímetros».

–Los porcentajes: «50% de descuento».

–Los de puntos kilométricos, pero no las distancias en kilómetros: «kilometro 31», «a seis kilómetros de distancia».

–Las fracciones de hora: «8.43».

–Los grados de temperatura; con el signo volado: «21° C.»

5.3. Los números romanos se usarán poco: para nombres de reyes o papas, los siglos; o para enumerar algunos capítulos.

5.4. Los números ordinales irán en guarismos.

5.5. Es incorrecto escribir frases como «de 30 a 50,000 dólares», cuando lo que se quiere decir es «de 30,000 a 50,000 dólares», pues no es lo mismo.

5.6. en medias no debe emplearse el símbolo: lo correcto es escribir «45 centímetros», no «45 cm».

5.7. Cuando se trate de cifras pares, los números se escribirán de dos en dos, separados por un espacio: «77 77 07 31 94».

Vii

Signos ortográficos

Sección 1: Coma

6.1. La coma (,) indica las pausas más o menos cortas dentro de una oración, permite en la lectura conocer el sentido de las frases. Nunca se debe colocar una coma entre sujeto y verbo.

6.2. Dos o más partes de una oración, cuando se escriban seguidas y sean de la misma clase, se separarán con una coma; excepto cuando medien las conjunciones: y, ni, o. Ejemplo: «Juan, Pedro, Lucas y Antonio».

6.3. Las oraciones que suspendan momentáneamente el relato principal se encierran entre comas: «la verdad, escribe un político, se ha de sustentar con razones y autoridades».

6.4. El nombre en vocativo va seguido de una coma, si está al final; y entre comas, si se está en medio de la oración: «Juan, óyeme», «Óyeme, Juan», «te repito, Juan, que tienes que oírme».

6.5. La elipsis del verbo se indicará con una coma: «La venganza con un superior es locura; con el igual, peligro; con el inferior, vileza».

6.6. La coma no se utilizará para marcar las décimas o centésimas en una cantidad, pero sí para separar tres caracteres en una cantidad muy grande: «144,000.58».

Sección 2: Punto

6.7. Se emplea punto (.) para indicar el final de una oración, para marcar las décimas o centésimas, para las fracciones de hora y para las iniciales de nombres o apellidos.

6.8. No se debe emplear punto en las siglas, en los años y en los teléfonos.

6.9. El punto va después del paréntesis, de la raya o de las comillas de cierre. Nunca se suprimirán el paréntesis, el corchete o las comillas de cierre con un punto.

6.10. Los puntos suspensivos sólo son tres, ni más ni menos. No se debe poner punto final después de ellos. Tampoco después de signos de interrogación o de admiración.

6.11. En el caso de enumeraciones escritas en distintos párrafos, cada uno de ellos llevará punto final.

6.12. No se pondrá punto al final de los títulos.

Sección 3: punto y coma

6.13. El signo de punto y coma (;) señala pausa y descenso en la entonación; no como el punto, que cierra una oración completa, sino como mero reposo entre dos o más miembros de esta. Se trata del signo más subjetivo, que depende en gran medida del autor. Se utiliza para:

6.14. Distinguir entre sí las partes de un periodo en las que hay ya alguna coma. «La venganza con un superior es locura; con el igual, peligro; con el inferior, vileza».

6.15. Entre oraciones coordinadas adversativas. Ejemplo: «El camino ofrecía grandes peligros; sin embargo, no me atreví».

6.16. Cuando después de varios incisos separados por comas la frase final se refiera a ellos: «El incesante tráfico de coches, la notable afluencia de gentes, el ruido y griterío en las calles; todo hace creer que se da hoy la primera corrida de toros».

6.17. En las relaciones de nombres cuando a estos le sigue el cargo u ocupación de la persona: «Andrés Manuel López Obrador, presidente de México; Marcelo Ebrad, canciller; Olga Sánchez Cordero, secretaria de gobierno».

Sección 4: Dos puntos

6.18. Los dos puntos señalan pausa precedida de un descenso en el tono; pero denota

que no se termina con ello la enumeración del pensamiento completo. Se utiliza en los siguientes casos:

6.19. Ante una enumeración explicativa: «Había tres personas: dos mujeres y un niño».

6.20. Ante una cita textual: «Luego, escribió en su diario: "12.35. El presidente llega a la capital"».

6.21. Después de dos puntos se escribe en minúscula, salvo que sea una cita o una enumeración en varios párrafos.

Sección 5: Comillas

6.22. Las comillas deben emplearse sólo para encerrar frases reproducidas textualmente

6.23. También se usan. Cuando se quiera dar énfasis o un segundo sentido a determinado vocablo.

6.24. en orden jerárquico, se utilizan comillas latinas («»), comillas inglesas (“”) y comillas simples (’).

6.25. Si el texto reproducido es tan extenso que comprende varios párrafos, se abrirá comillas en el primer párrafo y se abrirán comillas (») en cada párrafo hasta que se cierre (»).

6.26. En el caso de que en medio de una cita textual se haga una apostilla o aclaración, las comillas han de cerrarse antes del inciso, que irá entre comas, y abrirse después de él.

6.27. Las comillas van siempre antes del punto final.

Sección 6: Paréntesis

6.28. Se emplea paréntesis [()] para aislar una observación la margen del objeto principal del discurso.

6.29. Paréntesis y rayas cumplen cometidos similares. Sin embargo, los primeros deben reservarse para los incisos acusadamente al margen del relato, y las segundas, para aquellos otros que podrían ir entre comas, pero que las rayas refuerzan y diferencian con toda claridad.

6.30. cuando en un inciso se abra otro, el primero irá entre paréntesis y el segundo entre rayas.

6.31. Los paréntesis van antes del punto final.

Sección 7: Raya

6.33. La raya sirve para aislar una observación al margen del objetivo principal del discurso, como los paréntesis.

6.32. El hecho de que coincidan al final de una frase la raya y el punto, no es motivo para que se suprima.

6.33. En la transcripción de un diálogo, la raya marca el comienzo de las frases pronunciadas por cada uno de los interlocutores. La raya debe ir pegada a la letra inicial. No se volverá a situar raya antes del punto y aparte cuando la raya inicial haya abierto una frase de diálogo.

Sección 8: Interrogación y exclamación

6.34. Los signos de interrogación, para abrir y cerrar (¿?), engloban el objeto de la pregunta. Los de exclamación (¡!), con los que se expresa fuerza o vehemencia, se utilizan en las mismas condiciones y con las mismas reglas que los de interrogación.

6.35. Detrás de los signos de cierre nunca se pone punto, pero sí coma o punto y coma. Ahora bien, si el signo de interrogación o de exclamación le sigue un paréntesis, una raya o unas comillas, la frase ha de concluir con un punto.

6.36. Cuando una frase sea exclamativa e interrogativa al mismo tiempo, se duplicará los correspondientes signos, empezando con el exclamativo y seguido del interrogativo: «¡¿Qué?!».

Sección 9: Puntos suspensivos

6.37. Los puntos suspensivos constituyen un solo signo ortográfico, formado por tres puntos; no más ni menos. Sirven para denotar que queda incompleto el sentido de una oración, para indicar temor o duda, o lo inesperado y extraño de lo que se cuenta.

Sección 10: Acentos

6.38. A las reglas generales de acentuación caben cuatro clases de excepciones: las que se derivan del encuentro de las vocales intermedias y extremas (diptongos y triptongos); las que permiten distinguir en una frase vocablos de igual forma, pero de distinta función gramática; las provocadas por la formación de voces compuestas, y las que se aplican en el caso de nombres castellanos o no castellanizados.

6.39. A los efectos ortográficos, no hay diptongo sino cuando las vocales extremas, o débiles (i, u), se juntan entre sí o con cualquiera de las de articulación intermedia, o

fuerte (a, e, o): «viuda», «ruido», «jaula».

6.40. Para que haya triptongo se han de unir dos vocales extremas a una intermedia.

6.41. La h muda colocada entre dos vocales no impide que estas formen diptongo.

6.42. Cuando una vocal débil tónica va atrás o delante de una vocal fuerte átona no diptongo, sino hiato, y la vocal tónica llevará acento ortográfico: «país», «raíz», «Saúl», «desvarío», «sitúa», «continua».

6.43. Los vocablos agudos terminados en ay,ey,oy,uy, se escribirán sin tilde: «Uruguay». «virrey», «convoy».

6.44. Las formas verbales «fue», «fui», «dio», «vio» se escribirán sin tilde, según la regla general de los monosílabos.

6.45. La partícula aun llevará tilde (aún) y se pronunciará como bisílaba cuando, sin alterar el sentido de la frase, pueda sustituirse por todavía.

6.46. Los monosílabos nunca llevarán acento, pues no pueden acentuarse sino en la única sílaba que tienen. No obstante, se escribe el acento cuando existen dos monosílabos iguales en su forma, pero con distinta función gramatical, en una de las cuales lleva acento fonético y en otra es átono. Ejemplos: ‘el’, artículo, y ‘él’, pronombre; ‘mi’, ‘tu’, pronombres posesivos, y ‘mí’, ‘tú’, pronombres personales; ‘mas’, conjunción adversativa, y ‘más’, adverbio de comparación; ‘si’, conjunción condicional, y ‘sí’, pronombre y adverbio de afirmación; ‘de’, preposición, y ‘dé’, tiempo del verbo dar; ‘se’, pronombre átono, y ‘sé’, persona de los verbos ser y saber.

6.47. La palabra sólo, en función adverbial, llevará acento ortográfico siempre, y no solamente cuando se trate de evitar anfibología. Si bien la RAE sugiere que se suprima el acento diacrítico, la AML sugiere que este acento diacrítico tiene un carácter protestativo, lo cual iría en consonancia con los ideales de nuestra editorial; además, la misma AML invita a usar el acento diacrítico de manera consistente, de esa manera se obtiene un texto más integral de principio a fin, contrario al uso que sugiere la RAE de sólo acentuar en caso de anfibología (AML 2-4).

6.48. Los pronombres «este», «aquel», con sus femeninos y plurales no llevará tilde en ningún caso.

6.49. Los nombres propios extranjeros se escribirán, en general, sin ponerles ningún acento que no tengan en el idioma a que pertenecen.

6.50. Las anteriores reglas no son aplicables a los nombres que, por proceder de idiomas escritos en caracteres distintos a los romanos, han sido transcritos fonéticamente al castellano: «Antón Chéjov», «León Trotski».

6.51. Los nombres geográficos ya incorporados al castellano o adaptados a su fonética no se han de considerar extranjeros y tendrán que acentuarse: «Berlín», «Múnich», «París».

Sección 11: Altas y bajas

6.52. Debe evitarse el uso innecesario de las letras altas. Como norma general, se emplea alta inicial en los nombres completos de entidades u organismos, salvo cuando estos se mencionen con genérico: «Secretaría de Gobernación», «el citado ministerio»; «Partido Comunista», «el partido comunista».

Por otro lado, se usa bajas en los nombres de cargos siempre que no precedan al nombre de su titular: «el Papa», «el papa Juan Pablo II», «el Rey», «el rey Juan Carlos I».

6.53. Se escriben con mayúscula inicial los nombres propios de:

- Personas
 - Animales
 - Instituciones
 - Establecimientos y entidades comerciales, industriales o culturales.
 - Organismos públicos, ramas de la estructura política de un país: «Instituto Nacional Electoral».
 - Partidos políticos
 - Fiestas religiosas
 - Acontecimientos históricos, pero no las eras, épocas, estilos y nombres de una generación: «Revolución Francesa», «Guerra Cristera»; «el isabelino», «el romanticismo», «la generación del 27».
 - Premios y condecoraciones: «Premio Nobel de Literatura», «Octavio Paz, premio Nobel de Literatura».
 - Toda referencia a Dios judeocristiano.
 - Acontecimientos deportivos importantes: «Mundial de Fútbol».
 - Apodos.
 - Los artículos que formen parte de un apellido, siempre que no vayan precedidos del nombre: «Del Valle», «José del Valle».
 - En los títulos de libros, películas, obras artísticas, etc, sólo se escribirá con mayúsculas la letra inicial –salvo que en ellos figure algún nombre propio–.
- 6.54. Las palabras con mayúscula inicial o todo en mayúsculas llevarán el acento ortográfico que les corresponda.

Normas gramaticales

Sección 1: Adverbios

7.1. Los adverbios modifican a los verbos, los adjetivos o a otros adverbios, y sólo así deben utilizarse.

7.2. La palabra inicial de una información jamás puede ser un adverbio (salvo ‘sólo’ o ‘solamente’ si su lugar altera el significado de la frase), como tampoco una locución adverbial o un complemento circunstancial. Los adverbios tienen como función gramatical modificar el significado de otras palabras.

7.3. Los adjetivos creados a partir de un nombre o apellido y aceptados por el uso no se deben escribir en cursiva: «alfonsino», «zapatista», «marxista».

Sección 2: Concordancia

7.4. Cargos y títulos observarán rigurosa concordancia de género con sus poseedores. Así, se escribirá «la doctora», «la ingeniera», «la diputada».

En el caso de «periodista» y «poeta» se usará esta misma palabra para ambos géneros.

7.5. Los nombres propios escritos en plural, pero concebidos como singular, deben concordar en singular: «Estados Unidos cancela el envío de tropas».

Sección 3: Errores gramaticales

7.6. Gerundio. Este tiempo verbal expresa una acción en desarrollo, anterior o simultánea a la principal. Es incorrecto su uso como participio de presente; esto es, como adjetivo en función de atributo: «un barril conteniendo 100 litros de cerveza».

Sólo hay dos excepciones admitidas por la Academia: «agua hirviendo» y «palo ardiendo».

7.7. Igualmente es incorrecto su uso cuando se utiliza para indicar una acción posterior a la principal: «Viajó a Acapulco en avión, asistiendo a un congreso de ginecología».

7.8. Leísmo. Para indiciar el complemento indirecto se deben emplear siempre «le» o «les». Estos dos pronombres pueden usarse también como complemento directo si sustituyen a un masculino de persona. Leísmo es, por tanto, el uso indebido de le y les como complemento directo; es decir, en los casos en que sustituye como pronombre a un femenino, a un neutro o a un masculino, de animal o cosa, en la función de complemento directo.

Un ejemplo de uso correcto como complemento indirecto es: «le di un abrazo», y un ejemplo de uso incorrecto: «vi a mi perro y le llamé».

La utilización del «le» por «lo» en función de complemento directo masculino es incorrecto y no debe usarse.

A continuación, se reproducen y explican algunas de las equivocaciones más frecuentes tanto gramaticales como de léxico.

Debe de. El verbo deber se usa con la partícula de para denotar probabilidad, no obligación: «Debe ser así» señala obligación; «debe de ser así» expone una probabilidad.

En base a. Debe escribirse: «con base en».

Porque, porqué. Se escribe junto y sin acento cuando es conjunción causal. En cambio, se acentúa cuando es sustantivo: «lo hago porque es necesario», «los ciudadanos quieren saber el porqué de la decisión».

Que, quien. El pronombre «que» se emplea preferentemente detrás de nombres de cosas: «es el Congreso de los Diputados quien debe decidir», «es el Congreso de los Diputados el que debe decidir», «es el presidente quien debe decidir».

IX

Hoja de estilos

Para lo interiores se buscó una tipografía que tuviera dos características principales: que fuera legible y elegante al mismo tiempo. Es por ello que se decidió utilizar la fuente Sabon, diseñada por Jan Tschichold entre 1964 y 1967. Está clasificada dentro de las Garaldas, las cuales se caracterizan por sus trazos flexibles y finos, además de un contraste medio entre los trazos gruesos y delgados (Fuentes 56).

Se le describe como clásica, pero, al mismo tiempo, tiene el suficiente toque de modernidad que genera el haber sido creado tanto en fuentes de metal como para las máquinas de Linotype y Monotype.

Elegante y extremadamente legible (Linotype 1) Esta es una fuente que tiene “la calma y el firme flujo que se requiere para componer texto (Bringhurst 127). Para los propósitos de esta colección, es ideal para textos literarios y artísticos por estar inspirada en Garamond, una tipografía serif, con ejes humanistas y renacentistas. La familia consta de cuatro estilos diferentes que son más que suficientes al tratarse de narrativa breve.

No es mucha la clasificación de contenidos dentro de los interiores, por lo que las opciones de jerarquización van desde los títulos a 19 puntos en negritas y centrados, los títulos de las partes (si las hubiera) irían también a 19 puntos y en negritas, pero alineados a la izquierda para diferenciarlos de los títulos, el cuerpo del texto en 11 puntos, los epígrafes y las dedicatorias también en 11 puntos pero siempre en itálicas y alineados a la derecha para distinguirlas del cuerpo del texto; y por último, las ocasionales notas al pie irían en 7 puntos. Esta jerarquización está basada en la diferencia entre cada par de números: de 19 al 11 (8 puntos) y del 11 al 7 (4 puntos, es decir, la mitad del anterior).

Las jerarquías quedarían de esta manera en forros:

Título

Autor

Las jerarquías quedarían de esta manera en interiores:

Títulos

Título de parte

Cuerpo de texto

Epígrafes

Dedicatorias

Notas al pie

Criterios de ilustraciones de portadas

Las portadas de esta colección se caracterizan por una plasta de color que abarca toda la zona de impresión, con el texto correspondiente y una ilustración en el cen-

tro. Se prefieren ilustraciones digitales, pero no estamos cerrados a cualquier otro tipo de estilo de ilustración. Es importante que la ilustración sea original. No se aceptan fotografías ni ilustraciones de banco de imágenes. No importan los colores de la ilustración porque los forros serán a 4x0 tintas. Deberán ser enviados en formato Tiff, en 300 dpi, al mismo correo donde se envían los originales.

Cuernavaca, Morelos a 11 de agosto de 2023.

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 **Narrativa Reverberante. Una colección en tiempos de crisis**

que presenta: **JOSÉ LUIS ZAPATA TORRES**

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 fundamentada, estructurada y con dominio del tema para justificar las decisiones editoriales de un producto que no sólo forma parte del proyecto de esta maestría, sino de una editorial editorial mexicana vigente.
2. La propuesta desarrollada es un claro ejemplo de las alternativas de edición y publicación en épocas actuales o en cualquier tipo de crisis.
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:2023-08-11 14:55:43 | Firmante

as7R4slrnyzlxlyxHnTNsNTHM+cs4rBRj9lFFEO27GZE9JRLg+F8NUJk3ldK8rSw2VFcalSFs+hxnBaFia2gvJCMks0d9AoYqlyC7eKWCCSO2LDCrwoOmmvHI4sMErorXAv5YUGO
VioJM/6ZCmmAyh0KN8SnZ0kqGanX4aqX3M1w6zFDxcqaElMlVnViQjjiMeNOzR5WLHIY5DI5Aat8dHsAigRPz/2U1pcuVB3BNUPalAftdvpOuWCJTNIrcGmEtKvwdGY5pNFJXIL
mz8vLd2En0w9A1r/NMAFevcn+DizikiKR49qeGhh+/aLiu1j/g527ZDK2YTINDL8GYIhmgg==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



ui54aPbgS

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/jMil0REcRmuqi2EJ0xMfPcpDHSeAwXWN>





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN EN HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES



Cuernavaca, Morelos, 4 de diciembre de 2023

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 Narrativa Reverberante. Una colección en tiempo de crisis que presenta:

ZAPATA TORRES JOSÉ LUIS

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. El alumno presenta una tesis que fundamenta las decisiones tomadas en el producto editorial terminado, el cual muestra unidad de sentido y pertinencia.

La colección propuesta es pertinente.

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:2023-12-04 12:37:18 | Firmante

AC3hbyj3r6LFFENgWFv9hgKEpyAYD/sMnkXYU8zme2Nr1qdMVR+5kXPeulDNJw7nZ1/zpTwqp5oBBuSc+hga/B21vo+9G2USCsSoRGtOSSZzyTHp3xtNWlwweA8o5mTtxa0no
vWwQqjNOyuncnLT2LAsi3cYfn4GeYlquVMl9bZc4qD7W5RCw+Y7R1O2vfpYkS7Cm3JZogQ1OYi8BS3+nPkOT03G5BQcKznFA/By8SO7T06ajddK7hluP50w7XOIsDI+g1CfsVul
Kg2m8dJmQsUZs/eN1/iS66PLBCpQYmVBmWaC7T4YVQqvThjTOp9ls+mS3JztW/jeL7Ak9HJ6Q==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[XQfprtj7W](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/6eVCyu1jfuYD4r6XLOrUdjSleWFO0jhj>





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

SECRETARÍA ACADÉMICA
Dirección de Publicaciones y Divulgación



Cuernavaca, Morelos, a 16 de agosto de 2023.

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 **Narrativa Reverberante. Una colección en tiempos de crisis** que presenta:

JOSÉ LUIS ZAPATA TORRES

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. La justificación, el planteamiento y el diseño del producto son congruentes con los objetivos y el público al que está dirigido. El alumno presenta una propuesta viable y atractiva para los editores en ciernes interesados en publicar obras de autores noveles.

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:2023-08-16 01:37:42 | Firmante

Kyx5tTzrGSKahEOHQi+MaT3yYXXwdfNVOvpYnSWiVjrJvHuubsG5U7yUcSSx3tM4qgt69UXnrqZwdf6vrmMAlI0z26BWEzxbVDfOXspZnumzSOGJ0odwj1O8oNOurogbkOWxGi9OjLhRRBy8aJH6m6ZgvR6Xa9nLpmdOgX3swjX0Ozclp3DcSRFvnbQWBDtoDYUS4jX/aZHssVSqv0LOHazvfA4JhC6eUvZEhr/V0j3q1TfWg0Zw33u2cK+Zc7e15O9xquzxxxxfysRVA6VDIL9LT5euGRnJyJXy7LI13xzs+aOIRZI3T9ZsAib+krE+4pq+wyPEOiYyI1dhAKiw==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[rRJeTdqPp](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/ATOejrjXHStXuZDZCwA8HzaH4qIdtDyl>





Universidad Nacional Autónoma de México
Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias
Departamento de Publicaciones
y Comunicación de las Ciencias y las Humanidades

Cuernavaca, 27 de julio de 2023

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 Narrativa Reverberante. Una colección en tiempos de crisis, que presenta el alumno:

José Luis Zapata Torres

para obtener el grado de maestro en Producción Editorial.

Al respecto, considero que dicha tesis está terminada, por lo que doy mi voto **aprobatario** para que se proceda a la defensa de esta. Baso mi decisión en lo siguiente:

Derivado de su experiencia profesional, el alumno muestra un sólido conocimiento respecto a los distintos aspectos de la producción editorial. Por otra parte, en su justificación plantea una discusión muy vigente en el ámbito editorial; esto es, la pertinencia de los soportes electrónicos frente a los impresos o la convivencia de ambos, así como las ventajas y desventajas de cada uno. Esto le permite comprender adecuadamente los procesos editoriales para concretar satisfactoriamente una publicación. El alumno documenta de manera adecuada el proceso editorial del proyecto en cuestión, a la vez que argumenta lo suficiente y con coherencia la pertinencia del producto. En el proceso que sigue la tesis se nota una comprensión adecuada de los conceptos relacionados con la edición de libros, tanto en términos organizacionales como en cuestiones técnicas.

Sin más por el momento, quedo de usted

Mtro. Mario Alberto Islas Flores

Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM
Av. Universidad S/N, Cto. 2, Col. Chamilpa, C. P. 62210, Cuernavaca, Morelos
www.crim.unam.mx contacto@crim.unam.mx



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

MARIO ALBERTO ISLAS FLORES | Fecha:2023-09-05 13:09:41 | Firmante

hpYaoCmu1KfMlr2b0E5d7htGpVl2vcuPohffXrQA3+0q+cXFcYBapZUVfRb2t43wRgnIM4LSWZaHgQyZ4nDgrG9n8d9FjX7ieKakDQZnJ3Ra2OcW47icKEKbGieMcw9Vcvy8ADjrvTu7t8H+ATW8dbic6hFkcvaBdwKxSmj9rGBefB2SYJyR9wGLJ61555PGhlovM1ZxzPME+9mrJZU/5+RDJ/V9ZT2DSSOckQK7QvP7z+pyFXGVXUIKL66V/ZPVGep31Ix8fVE4C5ocrVJmuiwfQZ9j5wzqHKayPqPjau7j3XMAPm/wpP9Z42DfE5JgJJPzn3ttuwYakuk+7q9YNQ==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



DltObIZPE

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/Qnx0al4O38clMwW5sSrstsT6DZV9Oezn>





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS



HUMANIDADES
CENTRO INTERDISCIPLINARIO
DE INVESTIGACIÓN
CIIHu

CENTRO INTERDISCIPLINARIO DE INVESTIGACIÓN EN HUMANIDADES

Jefatura en Producción Editorial

Cuernavaca, Morelos, 25 de abril de 2024

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 **Narrativa Reverberante. Una colección en tiempos de crisis** que presenta:

Zapata Torres, José Luis

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 esta. Baso mi decisión en lo siguiente:

El alumno se centra en su papel como editor y en la creación de obra para aprovechar las nuevas prácticas de impresión bajo demanda y adquisición inmediata de la obra por venta digital en cualquier formato; la editorial Reverberante otorga la posibilidad de publicar obra de autores jóvenes, y hoy en día, esas obras ya participan en ferias de libro.

Sin más por el momento, quedo de usted.

MTRO. ERNESTO ALONSO NAVARRO

Jefatura en Producción Editorial

Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades





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

ERNESTO ALONSO NAVARRO | Fecha:2024-04-25 12:50:27 | FIRMANTE

Fpg9W7QeZtE76VHDPqPdufSpf8T9KGawclziGEnO5Bdgf5N6X8dtBrp1PpljOrsGZL5v7FIGMFCHZKwl3JpEBp0iilLHDNTFn5w5nvnjIFCpfl55VUezBMGAWq3xlukyoWz6ltnm1+m+TaD1Zega52oBDC0uOOtMWZXo67EDxSdqm4uMkSrqnphBsgl66m8Az3OSz+XsCVWsl4Fi2QwTnft43o5ORrUotlMaKf8QuoLQbG/nKxsqpgRQ4gkjYhmGzpOP0UT28cN7HJdGbT6NiOwrin1lhpqGJvtXuxEGF92itPa3qtV0pYbMKGeJjiXdR3jDzgBzxmuTgiBFOqZ9Bw==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[0qMmQ9yxA](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/f0SWxJRCXvJAw16oKXuswUR7dnrziN1>



UAEM
RECTORÍA
2023-2029