



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO División de Ciencias y Artes para el Diseño

MDPE

MAESTRÍA EN DISEÑO
Y PRODUCCIÓN EDITORIAL

Idónea Comunicación de Resultados
que presenta la alumna
para optar por el grado de

TUTOR

LECTORES

planeación y desarrollo

DE PUBLICACIONES INSTITUCIONALES
DE DISEÑO

*Tiempo de Diseño:
un caso de estudio*

GABRIELA GARCÍA ARMENTA

MAESTRA EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN EDITORIAL

MTRA. SILVIA GUZMÁN BOFILL

DRA. MARCELA ESPERANZA BUITRÓN DE LA TORRE
DR. JESÚS EDUARDO GARCÍA CASTILLO

Ciudad de México, julio de 2013



E

*l amor es el hijo de la libertad;
así que lucha con toda el alma
por lo que más quieras...*

*Me siento inmensamente
benedicida por todo lo que he
recibido:*

De Chayo y Mami: el alma

de Tita y Maguito: mis alas

de Gabita, Denn y Viko: mi corazón

de Loretito y Carmelita: mi espíritu

de Felipe y Martín: mi fuerza

de Victor Hugo: el amor

de mis amigos: la alegría

de la vida: toda mi pasión

y de Dios... (es que todo lo he recibido de él)...

*A ellos, mi agradecimiento infinito,
los amo profundamente*



ÍNDICE



INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1 existencia y relevancia del problema	3
CAPÍTULO 2 análisis crítico	9
CAPÍTULO 3 planeación estratégica	15
CAPÍTULO 4 sustentabilidad económica	21
CAPÍTULO 5 aspectos legales	27
CAPÍTULO 6 organización del trabajo	35
CAPÍTULO 7 normas editoriales	49
CAPÍTULO 8 normas de diseño	57
CAPÍTULO 9 características de la producción	67
CAPÍTULO 10 mecanismos de distribución, comercialización, promoción y difusión	75
CONCLUSIONES	77
ANEXOS	79



INTRODUCCIÓN

Hoy en día existen opciones para que un profesional dedicado al diseño o los estudiantes y docentes de esta disciplina puedan intercambiar experiencias y conocimientos, sin embargo al ser la UAM una institución dedicada a la enseñanza y desarrollo de esta campo del conocimiento y sus áreas afines, surge la necesidad de contar con un espacio propio que facilite esta labor de difusión y permita cumplir con las funciones sustantivas de nuestra Universidad. Surge entonces, la revista Tiempo de Diseño, editada por la División de Ciencias y Artes para el Diseño de la Universidad Autónoma Metropolitana unidad Azcapotzalco, cuyo objetivo es el difundir el pensamiento y la práctica del diseño así como su articulación con las ciencias y las artes desde diversos enfoques multidisciplinares y permite mostrar los alcances que tienen los académicos y egresados en este campo, convirtiéndose así, en el producto por excelencia de la División de Ciencias y Artes para el Diseño de la Unidad Azcapotzalco.

Esta publicación es entonces el marco ideal para explorar el proceso de diseño y producción editorial de una publicación institucional presentado en esta Idónea Comunicación de Resultados, misma que tiene como objetivo mostrar las propuestas que determinaron la creación de tiempo de diseño así como las directrices que le rigen.

En el presente documento se presenta un análisis de las necesidades tanto institucionales como profesionales que le dieron origen, también se muestran las pautas que se siguieron para cubrir los lineamientos propios de la institución a la que pertenece, la normatividad vigente a la que se apegó la publicación, las formas de organización y las características del personal que lleva a cabo su edición, así como los criterios editoriales y los medios de producción, distribución y promoción para este caso de estudio.

Finalmente, este trabajo pretende aportar al campo del conocimiento del diseño, una perspectiva adicional del proceso editorial, a través de una metodología de trabajo sustentada en la observación y el trabajo práctico, así como una propuesta de organización que permite la convergencia entre las funciones laborales, profesionales y académicas dentro un mismo espacio editorial.

CAPÍTULO 1

existencia y relevancia del problema

La División de Ciencias y Artes para el Diseño de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco desarrolla tres funciones sustantivas, a saber: docencia, investigación y difusión y preservación de la cultura.

Para llevar acabo esta última función, CyAD se ha planteado, entre otras actividades, la creación de espacios académicos en donde se difundan los logros y resultados divisionales, promoviendo el intercambio de ideas y puntos de vista sobre el Diseño. En ese sentido, resulta importante contar con publicaciones que impulsen el pensamiento reflexivo en torno a las ciencias y a las artes para el Diseño y asimismo difundan el quehacer académico divisional y profesional relacionado con la disciplinas y que se ajusten a las actuales expectativas de nuestra institución.

Por lo anterior, se considera que una revista divisional impresa resulta un medio adecuado para que los integrantes de la comunidad académica, diseñadores y especialistas involucrados en los diversos campos del Diseño expresen, analicen e intercambien puntos de vista, propiciando la discusión y la reflexión respecto a la docencia, la investigación y la práctica de la disciplina.

Una revista es un foro plural que posibilita la divulgación de la amplia gama de temas, disciplinas, perspectivas teóricas, enfoques y metodologías en el campo del diseño, todos al mismo tiempo y al alcance del publico objetivo. Constituye un lugar de convergencia entre estudiosos, profesionales, alumnos y docentes y se puede abordar en ella tanto temas tradicionales como de actualidad a diversos niveles y de distintos campos disciplinares pero insertos en el contexto de las temáticas determinadas.

La revista permite establecer y mantener, a través de su contenido y diseño editorial, una relación cercana entre el autor y sus lectores, ya que constituye un medio eficaz para transmitir información mediante mensajes, no sólo de índole textual, sino también simbólico empleando arreglos editoriales para establecer niveles de lectura, utilizando paletas de colores y mediante apoyos gráficos como ilustraciones, fotografías, viñetas, plecas, etc., estos refuerzan de manera visual el contenido textual y cada una de sus páginas o secciones presenta una interpretación del contenido mediante un tratamiento gráfico.

Cabe señalar que muchos trabajos de investigación de los académicos no son difundidos porque no existen recursos económicos para llevar a cabo a su publicación mediante un libro; sin embargo, la revista divisional brinda a los profesores e investigadores la posibilidad de hacer del conocimiento público los avances y resultados de sus trabajos de manera concisa en un soporte de fácil alcance y cuyo costo, distribuido entre todos los autores que publican en este medio, es mucho menor que el que alcanzaría la edición de un libro de cada uno de ellos. Si bien es cierto que en el libro se podría mostrar la investigación en extenso, también lo es que una revista es el medio idóneo para mostrar el contenido sintético de la misma.

Otro inconveniente que existe para realizar la edición de un libro es que éste tarda demasiado en ser aprobado y editado, ya que debe cumplir con varios requisitos tanto académicos como administrativos y normativos que demoran su publicación; por lo que presentar los avances o el resultado de las investigaciones en esta revista divisional resulta idóneo para darlas a conocer de manera más expedita, ya que solamente se requiere que el Comité Editorial de la publicación determine, mediante un dictamen emitido por el mismo comité o por los árbitros, que el texto presentado por el autor es aceptado para su publicación.

Además los trabajos de los autores no quedan circunscritos solo al sector académico o investigador específico de la disciplina, sino que pueden tener proyección hacia otros ámbitos de la sociedad, puesto que la revista no versa únicamente sobre un campo de conocimiento, sino que tiene contenidos de diversas disciplinas conviviendo en un mismo espacio editorial, por lo tanto los lectores también tienen acceso a contenidos distintos a sus intereses particulares.

En el caso de la Revista Divisional *Tiempo de Diseño*, se determinó que no solamente los estudiantes de las licenciaturas en diseño, sino también los diseñadores en funciones, y las personas involucradas indirectamente con cuestiones de diseño son los usuarios (potenciales o activos) de la revista; sin embargo, no son únicamente los que responden a la pregunta ¿para quién está hecha?; a ellos le debemos agregar a los autores y autoridades a quienes la publicación de los artículos en la revista les reporta varios beneficios. Si uno de los tópicos encontrados ha establecido que la revista se creo con la finalidad de difundir la práctica del diseño, es de esperarse que sean los mismos diseñadores-autores y las autoridades quienes constituyan ese universo del “¿para quien?”.

Este tópico determinado por la finalidad que persigue la publicación, el “¿por qué?”, es resultado de un esfuerzo de las autoridades por dar respuesta a la demanda de sus docentes de espacios para publicar, así como de la intención de mostrar al gremio del diseño lo que se realiza en la unidad Azcapotzalco; e inclusive de responder a la muy humana necesidad de elogio. Se determina que la publicación de una revista impresa, será mejor calificada ante las comisiones dictaminadoras que una revista electrónica, y que además sería recibida con más seriedad entre la comunidad universitaria.

¿Quién la realiza? Diseñadores de la unidad Azcapotzalco y alumnos de servicio social; determinación que se tomo con base al nivel de competencia y experiencia profesional de quienes forman parte del equipo editorial. En el caso de los alumnos, la premisa es la enseñanza, ya que toda la revista esta diseñada por los estudiantes, ellos realizan sus propias propuestas y se les orienta e instruye durante todo el proceso de diseño de una publicación que efectivamente saldrá al mercado.

En cuanto a los contenidos, la revista esta conformada por las siguientes secciones:

Editorial. Se dan a conocer los aspectos más relevantes del contenido de la publicación, poniendo de manifiesto la línea y pensamiento editorial de la publicación.

Docencia. Se abordan las experiencias prácticas, teóricas y metodológicas del aprendizaje y la enseñanza de las disciplinas del diseño.

Medio ambiente y sustentabilidad. Se comentan las implicaciones del diseño en los factores del medio ambiente y su relación con el usuario.

Evaluación. Se analiza críticamente el desarrollo histórico de los procesos del diseño y sus implicaciones culturales a través del tiempo.

Teoría y Metodología. Se analiza la relevancia de la práctica del diseño, la cultura material y los procesos vigentes para formular teorías que expliquen la realidad dentro del contexto histórico, y que a su vez resuelvan problemas prioritarios de la sociedad y de la disciplinas relacionadas con el diseño y la enseñanza del mismo.

Tecnología. Se abordan los aspectos científicos y tecnológicos que intervienen en el proceso de diseño, sea espacio arquitectónico, objeto o mensaje, además de los avances y nuevas herramientas para su desarrollo.

Proyectos de Diseño. Se presentan los trabajos de diseño más destacados realizados por profesores y alumnos de la división de CyAD-Azc. Es requisito presentar la justificación, el desarrollo y el resultado, y en su caso, el prototipo del proyecto.

Columna de diseño. Se incluye un artículo, solicitado mediante invitación por parte de los editores, el cual puede consistir desde comentarios individuales hasta la opinión de varios autores sobre un mismo tema.

Invitado especial. Se entrevista y presenta la obra de algún diseñador destacado con la finalidad de difundir su práctica profesional y su aportación a la disciplina.

Presencia universitaria. Se presentan los trabajos de diseño más destacados realizados por alumnos de la división de CyAD-Azc, con la finalidad de difundir en diversos ámbitos la práctica escolar de la disciplina. Es requisito presentar la justificación, el desarrollo y el resultado, en su caso, el prototipo del proyecto.

Miscelánea. Se comentan noticias, eventos, reseñas bibliográficas, etc. relevantes y de actualidad para el diseño.

Cartas del lector. Se publican los comentarios, previa selección, que los lectores envíen a los editores.

05	Editorial
	ACCIONES CyAD
06	Creación del Centro de Investigación en Diseño entrevista a Juan Carlos Pedraza Vidal
	DOCENCIA
16	De la Contradicción a la Reconstrucción: La Coordinación de Docencia frente al cambio permanente entrevista a Olga Margarita Gutiérrez Trapero
	MEDIO AMBIENTE Y SUSTENTABILIDAD
24	Adecuaciones para elevar la calidad de la Investigación y docencia en el campo de la Ergonomía Francesca Saso, Ruth Fernández Moreno, Georgina Aguilar Montoya.
36	El Laboratorio de Análisis y Diseño Acústico (LADAc) Fausto Rodríguez Manzo, Elisa Garay Vargas
	EVALUACIÓN
46	Hacia el salto de calidad: retos y perspectivas del Posgrado en Diseño entrevista a Jorge Sánchez de Antuñano
	TECNOLOGÍA
66	Mosaico de Transformaciones entrevista a Patricia Olivares Vega
76	Toma Secuente: La transición en los Talleres de Medios Audiovisuales entrevista a Federico Chao Fuente
	COLUMNA DE DISEÑO
82	La obligación de reinventarnos: La investigación de CyAD en el entramado institucional entrevista a Anibal Figueroa Castrejón
	PRESENCIA UNIVERSITARIA
98	Homenaje a Francisco Fuentes De la Vega Autores varios
	MISCELÁNEA
114	Expo-CyAD... en boca de todos Ma, Georgina Vargas Serrano, Jorge Armando Morales

CAPÍTULO 2

análisis crítico

Aunque el alcance de la publicación ha estado hasta ahora limitado sólo a las Unidades Académicas de la Universidad, a las instancias en las que por ley deben ser distribuidas, a otras instituciones nacionales e internacionales que han recibido la publicación como cortesía y a algunas ferias de libros,¹ este espacio editorial está dirigido a la comunidad académica, estudiantes, profesionales e investigadores involucrados en el estudio y desarrollo del diseño arquitectónico, gráfico e industrial y de otras expresiones tanto artísticas como técnicas y científicas relacionadas con esas disciplinas, independientemente de la institución u organismo al que pertenezcan.

El perfil del lector es tan amplio y tan complejo, como lo es la comunidad no solo local (UAM), sino también la ajena a nuestra institución que esta interesada en cuestiones relacionadas con las disciplinas afines al diseño; hasta este momento, las únicas características socio-demográficas perfectamente bien delimitadas son:

- Escolaridad, que se sitúa entre nivel preparatoria o bachillerato hasta posgrados de diversas disciplinas.
- Ocupación: estudiantes, académicos, investigadores, profesionistas y artistas; todos ellos involucrados en las diferentes disciplinas del diseño o que tienen un interés particular en esta misma área del conocimiento.

A estos lectores potenciales se les ofrece la revista a un costo relativamente más bajo que el que debería tener, ya que como se mencionará posteriormente en el capítulo 4,

1 En el capítulo 10 de este mismo estudio se detallan las instancias a las que se distribuye la publicación.

la publicación no tienen un afán de lucro, el precio de venta cubre sólo una parte del costo de producción² y está disponible para su adquisición en varias librerías de la Universidad Autónoma Metropolitana, así como en algunas ferias de libros de la República Mexicana (véase capítulo 10).

La decisión de compra de la publicación la tienen los lectores por sí mismos, aunque también en muchos casos las reciben como ejemplares de cortesía atendiendo fundamentalmente a dos motivos, el principal es el interés que se tiene por parte de la División de darle difusión al quehacer de la Universidad en materia de diseño y el segundo es para mostrar la calidad con que cuenta respecto a diseño editorial, puesto que uno de los objetivos que persigue la publicación es coadyuvar a promover el trabajo que realizan los alumnos que participan en su elaboración.

Lamentablemente no se tiene un conocimiento fehaciente del lector, éste se ha basado en suposiciones y en opiniones de personas que eventualmente han podido expresarse (en la gran mayoría de los casos, para bien) acerca de los contenidos y el diseño, y que se han acercado a hacer algunos comentarios o acotaciones respecto a la publicación.

También se ha dado por sentado que el público lector está debidamente atendido y no se ha constatado de ninguna manera un perfil supuesto para la publicación. Las decisiones que rigieron los cambios que la revista ha sufrido, más bien correspondieron a criterios de índole personal, basados en especulaciones o en la percepción personal de lo que debía ser una publicación institucional de alto nivel perteneciente a la disciplina del diseño.

Es de considerarse entonces que, bien valdría la pena establecer mecanismos de control y verificación que permitan corroborar la pertinencia de los contenidos, así como los perfiles de los lectores. Estos mecanismos podrían incluir:

- verificación de ventas en los puntos de distribución

² El precio de venta al público es de \$100.00 (cien pesos 00/100 m.n.), aunque en algunas ocasiones muy particulares, por ejemplo Expo-CyAD, los números atrasados se ofrecen a mitad de precio en el punto de venta dispuesto para tales efectos.

- encuestas abiertas y cerradas realizadas a usuarios de la comunidad CyAD, y a miembros de otras divisiones, como:
 - académicos
 - alumnos
 - trabajadores administrativos

- encuestas abiertas y cerradas realizadas a usuarios externos:
 - despachos de diseño de prestigio
 - departamento de diseño y mercadotecnia de empresas transnacionales
 - instituciones educativas públicas y privadas que cuenten con carreras afines a las áreas temáticas de la revista
 - asociaciones que tengan algún tipo de relación afín con los temas tratados en la publicación

- estudios de grupo de enfoque (focus group) aplicado en cámara de Gesell realizado a dos tipos de grupo:
 - personas que no conocen la revista pero que tienen diversos niveles de conocimiento acerca de los temas tratados en ella
 - personas sin relación y escaso o nulo conocimiento de los temas

Estos mecanismos de validación arrojarían datos cuantitativos y cualitativos que nos permitirían evaluar no sólo aspectos de contenido, sino también de diseño editorial.

Otro punto importante de señalar es que la publicación es impresa, por lo tanto el usuario lee en papel, aunque también es leída por otros tipos de lectores; se considera que el grupo preponderante es el de los lectores migrantes, es decir, lectores que no han estado rodeados desde temprana edad por los medios electrónicos digitales, sino que pertenecen a generaciones pre-digitales y que han tenido que ajustarse a nuevos medios de comunicación y nuevos lenguajes sin abandonar del todo sus bases análogas.

Se consideró que este tipo de publicación cumplía mejor con los objetivos que se pretendía lograr, entre ellos el contar con una publicación que sirviera como medio

reconocido de difusión de la práctica profesional y académica, fácilmente portable, independiente de dispositivos electrónicos, más resistente que un formato electrónico, que no requiere conocimiento en el uso de los dispositivos digitales ni consume electricidad, que brinde mayor comodidad de lectura, frente a la incomodidad de leer un documento extenso en la pantalla; además de contar con la relación “afectiva” con el objeto en sí, en dónde la lectura va más allá del simple acto de leer, es decir, una publicación impresa tiene además una experiencia sensorial: se puede tocar, oler y sentir.

Además de lo anterior, cabe mencionar también que algunos académicos aún se muestran renuentes a publicar el resultado o los avances de sus investigaciones en un medio electrónico debido a dos cuestiones principalmente: la primera es el temor a que al texto se le considere como poco serio por la tradición cultural que tienen las publicaciones impresas, y el segundo motivo es porque las comisiones dictaminadoras del área de diseño de la UAM no han establecido criterios de evaluación uniformados y adecuados para las publicaciones electrónicas y se han presentado casos en los que a este tipo de materiales se les ha otorgado una menor asignación de puntos que a los textos en medios impresos.

En lo que respecta a la adquisición de contenidos, se emite una convocatoria semestral (ver anexo 1) que se publica en la página de la de la Universidad y que se distribuye por correo electrónico a la comunidad CyAD, con la finalidad de que los posibles autores puedan consultarla y en su momento participen en la publicación.

La recepción de los originales se realiza en la Dirección de la publicación, donde el asistente del director revisa que el original y los elementos gráficos de apoyo (fotografías, gráficas, esquemas e ilustraciones) estén acorde con los requisitos formales de presentación indicados en la convocatoria. Toda colaboración es sometida a dictamen del Comité Editorial,³ mismo que decidirá sobre la pertinencia de su publicación. Los criterios de aprobación se basan principalmente en la pertinencia temática, es decir, en el conocimiento y aplicación de los fundamentos del diseño y se tomará en cuenta la originalidad en la expresión, la solidez en la argumentación y la coherencia del discurso.

3 Las especificaciones acerca de los integrantes del Comité Editorial se detallan más adelante, en el capítulo 6.

En el caso de los textos recibidos mediante la convocatoria, el Comité Editorial envía el artículo a tres árbitros quienes emiten un dictamen que resolverá si la colaboración es apta o no para su publicación, con o sin modificaciones. La resolución, en todos los casos, es inapelable. En este proceso de arbitraje se emplea el *sistema de pares doble ciego* que preserva el anonimato tanto del evaluador como del autor.

En el caso de los artículos por encargo, éstos son requeridos al reportero-redactor o a los mismos miembros de la comunidad CyAD, a través del director de la publicación y a solicitud expresa del director de división, o bien a sugerencia del Comité Editorial, con base en las necesidades de difusión de algún evento determinado o por la trascendencia de algún hecho de particular relevancia para la división o las disciplinas relacionadas con el diseño. Una vez elaborado el artículo por encargo, también el Comité aprueba su publicación.

CAPÍTULO 3

planeación estratégica

En este proyecto se han establecido definiciones básicas que se aplicarán como normas de actuación y de generación de compromisos de una cultura organizacional:

- **Visión a largo plazo**

Consolidarse como uno de los medios más reconocidos de divulgación y difusión en disciplinas relacionadas con el diseño tanto en México como en Iberoamérica, y ser una publicación de relevancia y pertinencia investigativa y académica para formar parte de las bases bibliográficas más reconocidas de la disciplina, con excelentes niveles de calidad y proporcionando a los autores y lectores un ambiente óptimo como plataforma para la difusión e intercambio de conocimientos y experiencias en los diversos ámbitos en que se lleva a cabo el diseño.

- **Misión**

Ofrecer un instrumento de análisis, reflexión y construcción de propuestas en torno al diseño y sus distintas vertientes, que contribuyan a mejorar las condiciones formativas, en el marco del desarrollo integral de la comunidad universitaria.

Promover el intercambio de información acerca de investigaciones y experiencias de carácter educativo sobre los aspectos que influyen en el campo del diseño, así como el desarrollo de teorías relacionadas.

Fortalecer las relaciones con la comunidad profesional y académica nacional e internacional y fomentar la participación de los grupos y áreas de investigación ya formados o en proceso de consolidación.

Fortalecer de manera activa y directa la formación académica de los estudiantes de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica en el ámbito del diseño editorial y brindarles una plataforma para dar a conocer su trabajo, como especialistas del diseño editorial o como artistas.

Dar cuenta de metodologías y técnicas que se utilizan en la investigación y la enseñanza del diseño en nuestra institución, divulgando de manera concisa la investigación que sea realiza en la UAM Azcapotzalco.

- **Objetivo general**

Brindar un espacio editorial que permita difundir la información del pensamiento, la práctica y el conocimiento generado por las personas relacionadas con el diseño en los diferentes ámbitos temáticos afines, así como su articulación con las ciencias y las artes, reflexionando en lo que ha sido, es y podrá ser el diseño desde diversos enfoques disciplinares, interdisciplinares, multidisciplinarios y transdisciplinares y que sirva como órgano permanente de divulgación y promoción de la institución, caracterizándose por un alto nivel de calidad y como coadyuvante en la formación académica de los estudiantes.

- **Objetivos parciales**

Promover la participación académica para estimular la difusión, el conocimiento y el debate acerca de las metodologías e instrumentos de análisis pertenecientes diseño y sus temas afines.

Motivar a todos los estudiantes y académicos en general, nacionales e internacionales para publicar en este espacio el resultado o avances de sus investigaciones y su trabajos, que puedan representar un valor agregado al conocimiento del Diseño.

Establecer redes permanente de comunicación entre diferentes entes institucionales acerca de los temas de estudio, con la finalidad de intercambiar experiencias e incorporarlas a la revista.

Fortalecer todas las iniciativas docentes que inculquen la producción de trabajos documentales vinculados al diseño y la enseñanza del mismo. Instituir criterios de calidad explícitos, tanto para la evaluación de las diferentes modalidades y niveles de los contenidos como de la cadena productiva.

Promover la participación de alumnos interesados en el diseño editorial, ofreciéndoles la oportunidad de realizar su servicio social en la publicación, exponiendo los beneficios del aprendizaje “en el hacer”; y contando con una supervisión y asesoría continuas para garantizar la persistencia del estilo de diseño de la publicación.

- **Metas a mediano y corto plazo.**

Existen principalmente dos metas a corto plazo, la primera consiste en establecer estrategias que permitan obtener un mayor número de contenidos de alta calidad que, según los criterios editoriales, puedan ser publicados para que refuercen la imagen institucional y a la vez hagan un aporte importante en el campo del diseño; en segundo término, se pretende agilizar los procedimientos, sobre todo en los tiempos implicados en la generación y en la corrección de los contenidos.

A mediano plazo deberá contarse con una reserva de artículos y de entrevistas que permitan mantener la periodicidad que se tiene estipulada para la revista, ya que actualmente ésta no se cumple, debido principalmente a la escasa participación de los académicos y estudiantes; también deberá preverse la incorporación de dos redactores al personal, que se dediquen a generar los contenidos de la publicación y un corrector más para darles salida con celeridad.

Tiempo de Diseño pertenece a la Universidad Autónoma Metropolitana, institución que no se dedica preponderantemente a la edición, pero encuentra directrices en las funciones esenciales de la misma.

En la Exposición de Motivos de las Políticas Generales de la Legislación Universitaria están determinadas las Políticas de Preservación y Difusión de la Cultura que expresan, entre otros objetivos:

- Promover la preservación y difusión de elementos culturales que fortalezcan a la Nación y contribuyan a la construcción de una sociedad más justa.
- Procurar que se difundan los elementos culturales de contenido científico y tecnológico, generados preferentemente por la comunidad universitaria.
- Procurar que se difundan los elementos culturales de contenido humanístico y artístico, generados tanto al interior como al exterior de la comunidad universitaria.
- Recuperar, preservar y difundir las expresiones y significados de las culturas populares del país para fortalecer la memoria histórica de los grupos sociales y la identidad nacional.
- Fomentar la participación de los alumnos en las actividades de preservación y difusión de la cultura.
- Estimular la creación artística como parte de las funciones universitarias.
- Acrecentar el acervo bibliográfico, hemerográfico, videográfico, documental, testimonial, artístico y otros similares de la Universidad y ampliar el acceso a estos servicios.
- Promover que los proyectos y programas de difusión cultural se dirijan con particular interés a los sectores de la sociedad que no han tenido acceso a ellos.
- Propiciar el intercambio y colaboración con organismos e instituciones culturales con el fin de optimizar recursos y aumentar su campo de acción.
- Propiciar la difusión de la producción editorial relevante para la Universidad.

- Garantizar que las publicaciones constituyan fundamentalmente un medio de apoyo a las actividades de la Universidad y contribuyan a su proyección en un ámbito más amplio de la sociedad.

Estas políticas obedecen a necesidades muy claras de promoción y difusión, que la revista divisional está en posibilidades de resolver, al constituirse como el espacio por excelencia de la División que permite mostrar tanto al interior como al exterior de nuestra institución los resultados y avances de los trabajos de los investigadores, docentes, artistas y comunidad CyAD en general; mediante un espacio propio de la división, de carácter oficial, de importante proyección al exterior y de excelente calidad editorial. Esta revista no sirve únicamente como escaparate de la producción de la División, sino que se constituye como una plataforma para el despunte tanto de la actividad editorial académica de nuestra división como para la promoción de nuestra institución.

También en las Políticas Operacionales de Docencia, en la Exposición de Motivos en el punto 6, referente al Ambiente Académico y Actividades de Apoyo se establecen, entre otros puntos:

- Promover que el proceso de enseñanza-aprendizaje sustentado en la indagación, la búsqueda y la apropiación del conocimiento, se realice en forma compartida y corresponsable entre profesores y alumnos.
- Promover las condiciones que estimulen en los alumnos su integración y sentido de pertenencia a la comunidad universitaria.
- Impulsar planes, programas y proyectos de servicio social, en los cuales los alumnos se relacionen con problemas socialmente relevantes, como parte de su formación universitaria.
- Realizar actividades docentes que aproximen a los alumnos a su futura práctica profesional.

De manera que al ofrecer este espacio editorial a los alumnos que realizan servicio social mediante este proyecto, se está cumpliendo con estas directrices, ya que la formación de los alumnos no se limita sólo al alcance de las UEA relacionadas con diseño y producción editorial, sino que tienen una excelente oportunidad de vislumbrar cómo será el mercado laboral, puesto que participan activamente en el desarrollo de un producto editorial profesional que realmente tiene una salida al exterior, y no sólo se queda en el ámbito escolar; además los alumnos cuentan en todo momento con la asesoría de los especialistas involucrados en el proyecto y su trabajo tiene un seguimiento continuo, que les permitirá posteriormente contar con valiosas herramientas de conocimiento en su desempeño profesional.

CAPÍTULO 4

sustentabilidad económica

Un aspecto importante en todas las publicaciones institucionales es establecer argumentos que determinen la sustentabilidad económica; en el caso de *Tiempo de Diseño*, deben hacerse algunas consideraciones; entre ellas, tener en cuenta que el costo total de la publicación no se ha mantenido constante entre una edición y otra, porque por principio de cuentas los precios en los insumos en la industria de las artes gráficas ha ido incrementándose año con año (lo cual podría, hasta cierto punto, ser previsible), lo que ocasiona que el costo por la impresión también haya sufrido un incremento; pero no es ésta la causa principal de ese costo fluctuante sino el hecho de que el número total de páginas no es el mismo en cada edición de la revista: su extensión depende básicamente de la cantidad de artículos que el reportero y los autores hayan podido generar y de la cantidad de contenidos que hayan sido dictaminados favorablemente, así como el hecho de que el corrector hubiera entregado con oportunidad los textos que le han sido asignados.

La instancia responsable de establecer el costo de las publicaciones universitarias es la Sección Editorial (UAM–Azcapotzalco) basados en la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, establecida en el mes de julio de 2008, que define en el artículo 2º a la revista como: *Publicación de periodicidad no diaria, generalmente ilustrada, encuadernada, con escritos sobre varias materias o especializada.*

Y señala respecto a estas:

Para el objeto de esta Ley, las revistas gozarán de las mismas prerrogativas que se señalen para el libro.

Respecto a la determinación del precio de venta, la Ley establece:

- Artículo 22.- Toda persona física o moral que edite o importe libros estará obligada a fijar un precio de venta al público para los libros que edite o importe. El editor (en este caso la Universidad, a través de la Sección de Publicaciones) o importador fijará libremente el precio de venta al público, que registrará como precio único.
- Artículo 23. El precio se registrará en una base de datos a cargo del Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura y estará disponible para consulta pública.

Es importante mencionar que la política de precio único del libro no se refiere a que todos las revistas cuesten lo mismo, el editor es el responsable y el indicado para establecer el costo de la publicación, tomando en cuenta todos los gastos y costos derivados de su elaboración y producción.

Este precio se determina con base en los costos de producción de la publicación:

- costo de impresión
- costo de diseño
- costo de corrección de estilo
- costo de cuidado de edición
- costo de derecho de banco de imágenes
- costo de fotografías, etc.

La suma de estos se multiplica por 2 y se divide entre el tiraje de producción de la publicación, la cifra resultante es el precio de venta para el público en general.

La Universidad establece además un costo *de recuperación* para la venta dentro de la institución a la comunidad universitaria, es decir, alumnos, trabajadores y académicos que pertenecen a la Universidad Autónoma Metropolitana en cualquiera de sus unidades. En este caso, nuevamente se efectúa la suma del total de los costos de producción y se divide entre el tiraje.

En el caso particular de la revista *Tiempo de Diseño*, únicamente se considera el costo que deberá cubrirse a la empresa que realiza la pre prensa, la impresión y los acabados; ya que los insumos y consumibles que se suministran a las diferentes áreas forman parte de los que se les entregan para realizar sus labores cotidianas, no específicamente para la publicación, por lo tanto no están incluidos en él; además todas las demás instancias que intervienen en su producción hasta antes de la pre prensa, pertenecen a la División de Ciencias y Artes para el Diseño, ya sea como alumnos que realizan su servicio social o como trabajadores académicos y administrativos, por lo que sus honorarios tampoco se incluyen en el costo total de la publicación.

Entonces únicamente se considera el costo que deberá cubrirse a la empresa que realizará la producción impresa y este se divide entre el tiraje. Sin embargo, aún así el precio de venta resultante es muy alto, fluctuando entre los 240 y 280 pesos.

Dado que se pretende que la publicación sea accesible principalmente para los alumnos, quienes en muchas ocasiones cuentan con recursos limitados, la Dirección de la publicación, el Comité Editorial y el Director de División determinaron desde el número 4, basados en este criterio, que el precio de venta más adecuado sería de \$100.00 (cien pesos 00/100 m.n.), y en algunos eventos institucionales, los números atrasados se venderían a mitad de precio, lo que ha resultado una excelente opción para este tipo de lectores.

Ahora bien, la publicación no está concebida con fines lucrativos, por lo tanto no se ha contemplado en ella la oportunidad de negocio. La Universidad Autónoma Metropolitana según su Ley Orgánica publicada en el Diario Oficial de la Federación el 17 de diciembre de 1973 señala en el Capítulo I referente al objeto y facultades señala:

Artículo 1º . Se crea la Universidad Autónoma Metropolitana, como organismo descentralizado del Estado, con personalidad jurídica y patrimonio propio.

Por lo que se registra como *Persona Moral con fines no lucrativos*; y aunque hasta el momento el costo de la revista es absorbido por la misma institución con el presupuesto que la División ha asignado a las publicaciones divisionales, se está consideran-

do buscar apoyo de otras instancias, quienes podrían hacerlo en especie, por ejemplo donando el software o el papel en que se imprime la publicación; entre otras empresas se ha considerado a:

- Lozano S.A.
- Grupo Papelero Gutiérrez
- Papelera Progreso
- Corporativo Lumen S.A. de C.V.
- DXpress
- Office Depot
- Adobe
- Corel

Empresas que se encuentran la Ciudad de México y en el resto del país y que debido a los temas que se tratan en la revista podrían encontrar en sus lectores a clientes potenciales para los productos que venden

A cambio de su apoyo, se les ofrecerían sin costo espacios publicitarios de media página y página completa para promocionarse.

Como ya se ha mencionado, la revista *Tiempo de Diseño* no tiene fines lucrativos, sin embargo, la institución sí obtiene un beneficio que no es económico, puesto que a través de ella se promueve el quehacer de los académicos, quienes requieren de espacios propios de la división para publicar sus textos; además sirve para complementar la formación de los estudiantes de la división y de otras instituciones a quienes también se ha dado cabida en el proyecto, de tal modo que la revista contribuye de manera decisiva en la creación de un ambiente de participación activa y trabajo productivo, tan necesarios en el proceso educativo.

También resultan beneficiados los alumnos que tienen la oportunidad de utilizar la revista como una plataforma de su quehacer, ya sea dentro de las disciplina del diseño o bien, mostrando su trabajo de índole artístico; esta publicación se constituye como un escaparate al que tienen acceso y que les da a conocer dentro de nuestro ámbito y fuera de él.

Además, al contar con un producto de excelente calidad editorial, como es el caso de ***Tiempo de Diseño***, la universidad puede mostrar al exterior, la alta calidad de la formación de los alumnos que son quienes forman y diseñan, y así ofrece a la Universidad una excelente oportunidad de proyección de la imagen institucional.

CAPÍTULO 5

aspectos legales

La Ley Federal del Derecho de Autor otorga a un autor derechos de tipo moral y patrimonial. Así, los derechos morales sobre los acervos literarios y científicos, como pueden ser libros o revistas, ya sean impresos o digitales, pertenecen a los propios autores.

Atendiendo a lo dispuesto en los artículos 18 y 19 de la LFDA, la Universidad Autónoma Metropolitana reconoce que autor es “el único, primigenio y perpetuo titular de los derechos morales sobre las obras de su creación”.⁴ Y su derecho moral se considera unido a este y es inalienable, imprescriptible, irrenunciable e inembargable.

Al momento de presentar el texto original a la publicación, el autor firma un documento en donde declara expresamente que es el titular de los derechos de autor sobre su artículo, que no ha cedido sus derechos de autor a un tercero y que no ha concedido a un tercero alguna licencia exclusiva vigente sobre el artículo. Lo mismo es aplicable a las fotos, tablas, imágenes, dibujos, esquemas o gráficos que acompañen a un artículo para ilustrar su contenido. (ver anexo 2)

En el caso particular de los autores ligados laboralmente a una institución como la UAM, debido precisamente al vínculo laboral que guardan con esta, el artículo 84 de la LFDA señala que:

Cuando se trate de una obra realizada como consecuencia de una relación laboral establecida a través de un contrato individual de trabajo que

4 Capítulo II De los Derechos Morales. Ley Federal de Derecho de Autor

conste por escrito, a falta de *pacto en contrario*, se presumirá que los derechos patrimoniales se dividen por partes iguales entre empleador y empleado.

El empleador podrá divulgar la obra sin autorización del empleado, pero no al contrario. A falta de contrato individual de trabajo por escrito, los derechos patrimoniales corresponderán al empleado.

Debido a esto, los derechos patrimoniales de las obras deberían pertenecer en parte a la UAM y en parte al autor, a quien corresponde una retribución en efectivo o especie, porque éstas las realiza como parte de las actividades académicas, de investigación y de acuerdo a las funciones establecidas en el manual de puestos administrativos durante sus jornadas habituales.

Pero en este caso, los autores otorgan a **Tiempo de Diseño** la autorización para que su material se difunda en la revista y a través de medios electrónicos, según se establece en la convocatoria (ver anexo 2). Los derechos patrimoniales de los artículos publicados en *Tiempo de Diseño* son cedidos a la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco otorgándole facultades para que su original se publique, distribuya y reproduzca el texto; para estos efectos el autor recibirá un formato de cesión de derechos patrimoniales que deberá ser firmado por él, anexando a éste una copia fotostática de su credencial de elector o su credencial de empleado de la universidad.

Por lo tanto, la Universidad es el titular absoluto de los derechos patrimoniales y al autor le corresponde un pago en especie o en efectivo como pago de regalías. Por acuerdo del Comité Editorial de Tiempo de Diseño, la retribución se realizará en especie, otorgando al total de los autores el 10% del tiraje, mismo que se dividirá entre todos los que colaboraron en la publicación, ya sea como autores de contenidos o como participantes de ella, exceptuando a la empresa que realizó la impresión.

La Universidad también adquiere la titularidad de los derechos patrimoniales de una obra, cuando un autor la realiza por encargo o cuando, sin estar ligado laboralmente a la institución, pone a consideración del Comité Editorial su original. En este sentido aplica lo dispuesto en el artículo 83 de la LFDA:

Salvo pacto en contrario, la persona física o moral que comisione la producción de una obra o que la produzca con la colaboración remunerada de otras, gozará de la titularidad de los derechos patrimoniales sobre la misma y le corresponderán las facultades relativas a la divulgación, integridad de la obra y de colección sobre este tipo de creaciones.

La persona que participe en la realización de la obra, en forma remunerada, tendrá derecho a que se le mencione expresamente su calidad de autor, artista, intérprete o ejecutante sobre la parte o partes en cuya creación haya participado.

Por otra parte, los autores podrán usar el material de su artículo en otros trabajos o libros publicados por ellos mismos, con la condición de citar a *Tiempo de Diseño* como la fuente original de los textos. Es responsabilidad del autor obtener por escrito la autorización correspondiente para todo aquel material que forme parte de su artículo y que se encuentre protegido por la Ley de Derechos de Autor.

También la publicación cuenta con los siguientes registros, realizados ante las instancias correspondientes a través de la oficina de Propiedad Intelectual de la Universidad Autónoma Metropolitana:⁵

- **Dictamen previo de Reserva de Derechos para publicaciones periódicas.** Realizado por el Instituto Nacional de Derechos de Autor. Para obtenerlo se requieren los siguientes documentos:
 - Formato RD-01-02
 - Formato RD-06, donde se deberá plasmar el título que desea obtener, tal y como será utilizado en su publicación periódica
 - Realizar el pago de derechos por \$166.00 m.n.
- **Certificado de reserva de derechos al uso exclusivo del título número: 04-2007-070413510700-102** expedido por el Instituto Nacional de Derechos de Autor, la documentación requerida es:

⁵ Todos los formatos que se requieren para los trámites señalados están disponibles en la página <http://www.indautor.gob.mx>

- Formato **RD-01-02** y Formato **RD-06** donde deberá plasmar el nombre escrito del título deseado y su representación gráfica (como aparece en la portada de la publicación periódica).
 - Copia de la identificación oficial del o de los solicitantes
 - Acta constitutiva y poder notarial de quien se ostente como representante legal
 - Pago de derechos por \$1,573.00 m.n.
- **Renovación del certificado de reserva de derechos al uso exclusivo del título**
 - Formato RD-03-04-05
 - Copia de la identificación oficial del o de los solicitantes
 - Documental en original que demuestre el uso fehaciente de la Reserva de Derechos tal y como fue solicitada y autorizada por el INDAUTOR, es decir: un ejemplar de la revista, dentro del periodo de protección.
 - Pago de derechos por \$826.00 m.n.
- **Certificado de licitud de título numero 13832 y Certificado de licitud de contenido número 11405** expedidos por la Secretaria de Gobernación.⁶ La documentación que se requiere para ambos es:
 - Solicitud original y una copia, firmada por la persona responsable de la publicación o persona autorizada para realizar el trámite.
 - Copia del certificado de reserva de derechos al uso exclusivo del título o renovación vigente, expedido por el Instituto Nacional de Derechos de Autor.
 - Documentos que acrediten la personalidad del titular de los derechos del medio impreso.
 - Copia del acta constitutiva
 - Copia de identificación del editor responsable
 - Comprobante de pago de derechos por \$2,441.00 m.n., por la expedición del Certificado de Licitud de Título
 - Comprobante de pago por \$3,052.00 m.n., por la

⁶ los formatos de solicitud estan disponibles en: http://www.stccpri.gob.mx/es/STCCPRI/Titulo_y_contenido

- expedición del Certificado de Licitud de Contenido
- Cinco ejemplares del último número publicado.
- **Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadadas (ISSN por sus siglas en inglés): 1870-0829** otorgado por el Centro Nacional ISSN México. Los documentos requeridos son:
 - Acta constitutiva que acredita la legal existencia de la persona moral
 - Documento original que acredite la personalidad del representante legal
 - Copia de la identificación oficial de los solicitantes
 - Formatos ISSN-01-A, ISSN-01 en original y por duplicado con la firma autógrafa del Representante Legal
 - Un ejemplar de la publicación periódica de circulación. preferentemente el primer número y el último.

Como lo establece la fracción 13.7 de los Lineamientos Editoriales para la División de Ciencias y Artes para el Diseño, y en cumplimiento a lo dispuesto por los artículos 17 y 53 de la LFDA, la página legal se integra con los siguientes datos:

- Razón social del editor
- Domicilio del editor
- Nombre completo y titular de los derechos
- Número ordinal de los derechos
- Año de la edición
- Número internacional normalizado para publicaciones seriadas (ISSN)

Además contiene, como lo señala la fracción 13.5 de los Lineamientos Editoriales para la División, los créditos de quienes intervienen en la publicación:

- El director

- El encargado de la selección de textos
- El corrector de estilo
- Coordinadores de diseño y producción
- Asesor de diseño y formación
- Diseñadores y formadores de interiores
- Diseñador de portada
- Ilustrador de portada

La pagina legal también incluye:

- Miembros del Comité Editorial de la publicación
- Miembros del Consejo Editorial de la División
- Directorio de la Universidad
- Editor responsable
- Cintillo legal de publicación periódica impresa con
 - Número de certificado de reserva de derechos al uso exclusivo del título
 - Número de certificado de licitud de título y contenido
 - Tiraje

Además también como lo señala el artículo 54 de la LFDA, la página legal contiene:

- El nombre, denominación o razón social del impresor
- Su domicilio
- La fecha en que se terminó de imprimir.

Directora de la Publicación

Mtra. Milagros Fuentes Villasante

Selección de textos e información

Mtra. Milagros Fuentes Villasante
Montserrat Polo Vitiéñez

Revisión de textos y cuidado de la edición

DCG Gabriela García Armenta

DCG Mónica Gómez Ochoa

COR César Tototzintle Nava

Diseño y producción

DCG Gabriela García Armenta

DCG Mónica Gómez Ochoa

Diseño y formación de interiores

Mtra. Adriana Acero Gutiérrez

Dra. Marcela E. Bultrón de la Torre

Adriana Castellanos Acevedo

Alfredo Chávez Sosa

Diana Verónica Sánchez Santillán

Eduardo Gabriel Espejo Mendoza

Erandi Pérez Urban

Montserrat Paola Hernández García

Oriando Vázquez Del Ángel

Sarah Irene Galindo Pérez

Diseño de portada

DCG Mónica Gómez Ochoa

Ilustración de portada

Edgar Martínez Mendoza

Comité Editorial de la Publicación

DCG Gabriela García Armenta

DI Ana Isabel Vicente Vidal Arcos

Dr. José Ignacio Aceves Jiménez

DCG Emilio García Salazar

Mtro. Gerardo Iván Garmendia Ramírez

Mtra. Milagros Fuentes Villasante

Consejo Editorial de la División CyAD

DCG. Laura Elisa León Valle

Mtro. Manuel Sánchez de Carmona

Mtra. Julia Vargas Rubio

Mtro. Fabrice D. Vanden Broeck

Dr. Emilio Martínez de Velasco

Impreso en México en los talleres de **Impresora Múltiple SA** de CV, Saratoga 909, colonia Portales, en la Ciudad de México. Teléfono: 5605-2370.

Cuidado de la impresión: Gabriela García A. y Mónica Gómez O. *Tiempo de Diseño* (año 8, número 9, enero 2013) es una publicación semestral de la División de Ciencias y Artes para el Diseño, de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, Av. San Pablo 180, Edificio H planta baja, colonia Reynosa Tamaulipas, CP. 02200, México, DF.

Universidad Autónoma Metropolitana

Rector General

Dr. Enrique Pablo Alfonso Fernández Fassnacht

Secretaría General

Mtra. Iris Edith Santacruz Fabila

Unidad Azcapotzalco

Rectora de la Unidad

Mtra. Gabriela Paloma Ibáñez Villalobos

Secretario de Unidad

Ing. Darío Eduardo Guaycochea Guglielmi

Director de la División de CyAD

Mtro. Luis Carlos Herrera Gutiérrez de Velasco

Secretaría Académica

Mtra. María de los Ángeles Hernández Prado

Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo

Mtra. Maruja Redondo Gómez

Departamento de Investigación y Conocimiento

DI Marco Vinicio Ferruzca Navarro

Departamento del Medio Ambiente

Mtra. Verónica Huerta Velázquez

Departamento de Procesos y Técnicas de Realización

Arq. Eduardo Kotásek González

Coordinación de Difusión

Mtra. Milagros Fuentes Villasante

Editor responsable: Mtra. Milagros Fuentes Villasante.

Número de certificado de reserva de derechos al uso exclusivo del título:

04-2007-070413510700-102.

Número de certificado de licitud de título (13832) y contenido (11405).

ISSN: 1870-0829

Se imprimieron 500 ejemplares.

Correo electrónico: revistacyad@correo.azc.uam.mx

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación ni de la institución.

Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad Autónoma Metropolitana.

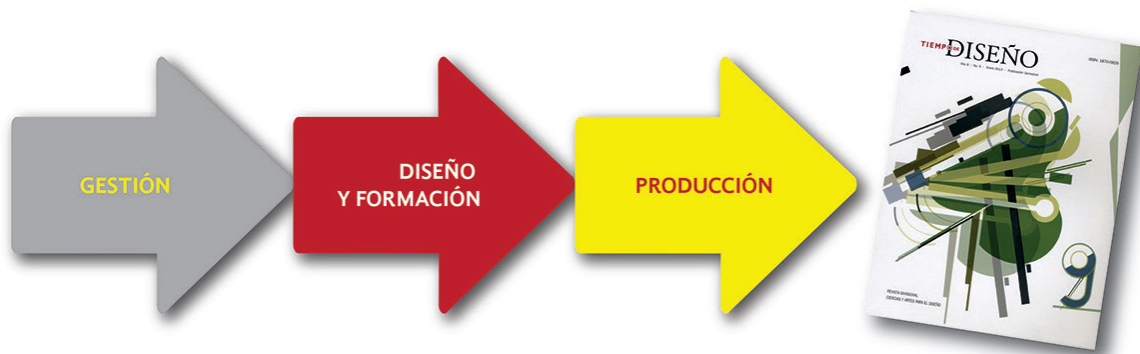
Salvo convenio o indicación individual en contrario se por los colaboradores autorizan la libre reproducción de sus trabajos hechos de entregarlas voluntariamente, siempre que se cite al autor y de la fuente, y que dichas obras no sean empleadas para fines de lucro sin el consentimiento expreso por escrito.

Página Legal del número 9

CAPÍTULO 6

organización del trabajo

Las acciones concretas y pasos específicos que se realizan en el proceso editorial de *Tiempo de Diseño* están divididas en tres etapas que, a grandes rasgos, consisten en:



Etapa de gestión

Se deberá realizar la recepción de contenidos aportados por los autores vigilando el cumplimiento de las especificaciones establecidas en la convocatoria vigente (ver anexo 1).

Se realizarán artículos y entrevistas por encargo de la dirección de CyAD o por la directora de la publicación, apegadas a la líneas temáticas o cuya importancia tenga especial trascendencia en el ámbito de la institución o el diseño en general.

El Comité Editorial decidirá la pertinencia de la publicación del contenido de acuerdo con los criterios establecidos para tal efecto. Y comunicará a los autores el resultado de su decisión.

Los textos aceptados por el comité se envían al corrector de estilo, quien realizará e insertará las correcciones, posteriormente el texto corregido se entrega al autor para asentar su firma de visto bueno lo cual realiza en un máximo de 5 días hábiles. Los textos e imágenes definitivos se entregan al área de diseño y producción.

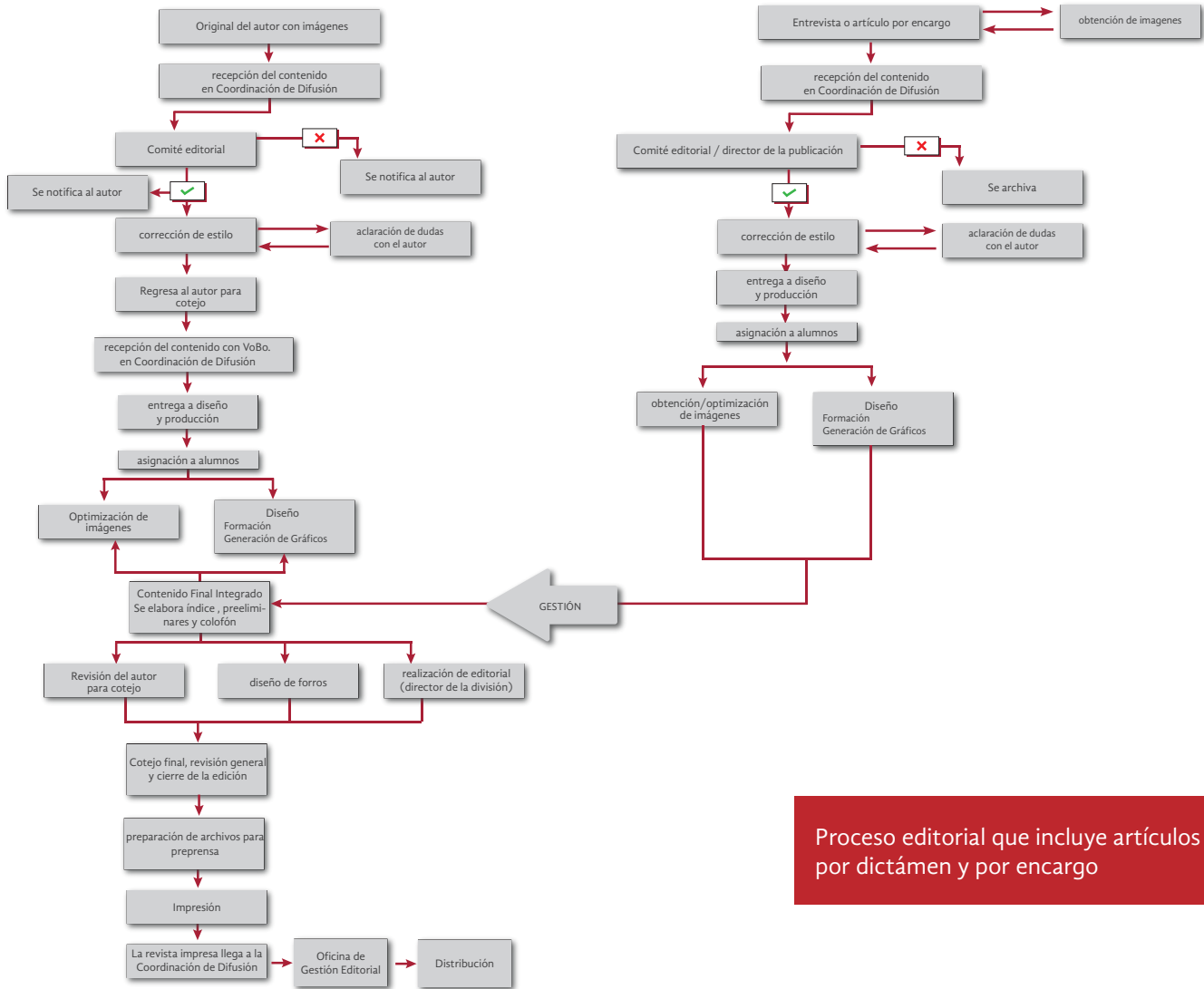
Etapa de diseño y formación

El coordinador de esta área revisa al asistente del director que el material que está entregando se apege a los requisitos técnicos solicitados en la convocatoria, y posteriormente distribuye los contenidos a los alumnos de servicio social en turno, quienes realizarán la formación y diseño de cada artículo supervisados continuamente por los profesores a cargo del proyecto. A la par se realiza la selección de imágenes para forros y se diseñan éstos. También en esta área se realiza el armado final y la entrega a prensa para su impresión.

Etapa de producción

La coordinación de diseño y producción realiza en conjunto con la Directora de la publicación y el personal de la empresa que realizará la producción impresa, la revisión final de los archivos y se les entrega para su elaboración, previa autorización de las pruebas de color.

Finalmente, ya impresa, la revista es entregada a la Coordinación de Difusión para que se realice la distribución de ejemplares previamente determinada y el resto queda bajo resguardo de esta misma instancia.



Proceso editorial que incluye artículos por dictámen y por encargo

Para realizar las labores anteriormente descritas **Tiempo de Diseño** cuenta con personal que esta conformado de la siguiente manera:

Comité editorial de la publicación (6 miembros)

Su particularidad más importante radica en su dirección colegiada, sus miembros son propuestos por el director de la división y ratificados por el consejo divisional.

- Perfil:
 - Especialistas de probada trayectoria y amplio reconocimiento en las áreas de conocimiento de la publicación.
 - Contar con publicaciones recientes de investigación original en revistas líderes o en libros.
 - Dominar alguna de las especialidades de las disciplinas del diseño o sus afines.
 - Pertenecer al personal de la Universidad Autónoma Metropolitana

- Funciones:
 - Trazar la política editorial, así como velar por su cumplimiento.
 - Coadyuvar en la definición de las normas editoriales de la publicación.
 - Establecer las medidas que posibiliten aumentar el valor añadido de la publicación.
 - Analizar las obras que reciban para, en su caso, enviarlas a evaluación.
 - Sugerir la política de distribución de la revista.
 - Escoger a los árbitros de cada original y emitir un dictamen para cada uno de ellos según los informes de arbitraje recibidos
 - Proponer al director, sobre la base de sus méritos de contenido, la información no arbitrada que se incluirá en la publicación.

Director de la publicación

- Perfil:
 - Académico de la división de Ciencias y Artes para el Diseño de la Unidad Azcapotzalco
 - Especialista de gran prestigio con vínculos académicos muy fuertes en las disciplinas relacionadas con el diseño o profesiones a las que se dirige la revista
 - Poseedor de conocimientos generales sobre el proceso editorial
 - Experiencia en gestión y supervisión de equipos
 - Alta capacidad de comunicación y trabajo en equipo
- Funciones:
 - Interactuar con los editores, árbitros y autores, para garantizar el flujo continuo y eficiente del proceso editorial.
 - Dirigir las actividades del consejo editorial.
 - Representar oficial y legalmente la publicación.
 - Proponer acciones de mejora continua para la revista.
 - Velar por el estricto cumplimiento de la política trazada por el consejo editorial.
 - Garantizar que se cumplan los plazos fijados para las distintas etapas de las publicaciones
 - Administrar los recursos humanos y financieros de la revista
 - Establecer y mantener contacto con personas, instituciones y grupos que puedan aportar contenidos interesantes para la publicación.
 - Encargarse de la gestión, organización y logística de cada número de la publicación.
 - Conocer los originales y decidir, en primera instancia, cuáles deben procesarse, sobre la base de su correspondencia con la línea editorial de la publicación y sus requerimientos formales.

- Interactuar con los autores de los manuscritos sometidos a la consideración de la publicación.
- Garantizar la información necesaria al equipo de trabajo y los árbitros para que puedan realizar con calidad sus funciones
- Aprobar el original de la revista antes de llevarla a impresión.

Asistente del director (1)

- Funciones
 - Conocer la política editorial, normas y requisitos de la revista.
 - Conocer las normas técnicas para la recepción de los textos establecidas en la convocatoria.
 - Ejecutar y controlar el flujo de los originales.
 - Asistir al director de la publicación en la realización de sus funciones

Secretaria (1)

- Perfil:

Aunque el manual de puestos administrativos de base señala únicamente como requisitos para este puesto:

- Escolaridad: Secundaria concluida. Carrera secretarial.
- Experiencia: Un año en puestos similares.

Es sumamente conveniente que además cubra los siguientes puntos:

- Persona de trato amable y cortés.
- Excelentes redacción y ortografía.
- Persona proactiva y organizada.
- Dominio de Windows, paquetería Microsoft Office e Internet
- Aptitudes para la organización.

- Buenas relaciones interpersonales.
 - Dinámica, entusiasta.
 - Capacidad para trabajar en equipo y bajo presión.
- Funciones (de acuerdo al manual de puestos administrativos de base):
 - Recibir, registrar, clasificar, distribuir, archivar y controlar en su área de trabajo, la documentación correspondiente a la misma, de acuerdo con el sistema establecido.
 - Mecanografiar documentos, tales como manuscritos, oficios, informes, memoranda, cuadros numéricos o estadísticos, por instrucciones de su jefe o de quien él autorice, en su caso.
 - Elaborar, de acuerdo con normas establecidas o instrucciones generales, correspondencia para la firma de su jefe.
 - Atender empleados de la Institución y público en general que requieran información relativa a su área de trabajo y que exista autorización para proporcionarla.
 - Atender y efectuar llamadas telefónicas de su área de trabajo.
 - Manejar la agenda de trabajo de su jefe.
 - Solicitar oportunamente la reposición de la papelería necesaria para el área de trabajo que controla su jefe.
 - Manejar equipo sencillo de oficina, como máquina de escribir y dictáfono.
 - Cumplir con las obligaciones establecidas por la cláusula 178 del Contrato Colectivo de Trabajo 1984-1986.
 - Reportar fallas o desperfectos de equipo o instalaciones de su área de trabajo ante su jefe inmediato.
 - Solicitar oportunamente el mantenimiento de su equipo de trabajo ante su jefe inmediato.
 - Efectuar actividades afines o similares a las anteriores, derivadas de su puesto, que le sean encomendadas por su jefe inmediato.

Coordinador de diseño y producción (2)

- Perfil:
 - Amplio conocimiento del proceso editorial
 - Académico de la división de Ciencias y Artes para el Diseño, especializado en diseño editorial.
 - Conocimiento a nivel intermedio o avanzado de software de diseño, particularmente Photoshop, Illustrator e InDesign., Manejo de MS Office y entorno Windows y Machintosh a nivel Intermedio.
 - Amplios conocimientos en materia de diseño y producción editorial
 - Alta capacidad para coordinar equipos de trabajo
 - Amplia capacidad para coordinar equipos de trabajo.
- Funciones:
 - Elegir a los miembros del equipo de diseño de la publicación (alumnos de Servicio Social)
 - Asignar a los miembros del equipo el trabajo correspondiente
 - Establecer las etapas del proceso de diseño y desarrollo de la publicación
 - Elaborar el cronograma de actividades y vigilar su estricto cumplimiento
 - Coordinar, dirigir y controlar el proceso de diseño
 - Garantizar el cumplimiento de las etapas del proceso
 - Dar seguimiento a los procedimientos de alta y baja de los alumnos de servicio social, así como brindarles asesoría permanente y llevar el control de sus actividades
 - Garantizar el cumplimiento de las asignaciones de los integrantes del grupo de trabajo
 - Realizar la renovación anual y dar seguimiento al proyecto de servicio social relacionado con la publicación
 - Planificar, revisar, verificar y validar los diseños de los contenidos

- Mantener comunicación permanente con el director de la publicación y con los autores
- Mantener control de los registros correspondientes al proceso
- Proponer acciones de mejoramiento para el proceso de diseño y desarrollo de la publicación
- Aprobar el diseño final de los artículos.
- Realizar la revisión final de los archivos de la publicación y enviarlos a imprenta
- Hacer el cuidado a pie de máquina

Corrector de textos (1)

- El manual de puestos administrativos de base señala únicamente como requisitos para este puesto:
 - Escolaridad: Licenciatura del área de Ciencias Sociales y Humanidades.
 - Experiencia: Dos años en puestos similares.
- Funciones (de acuerdo al manual de puestos administrativos de base):
 - Corregir la redacción y ortografía de textos de boletines, folletos, libros, carteles, trabajos de investigación, etc., en coordinación con los solicitantes.
 - Revisar originales formados y material tipografiado.
 - Cotejar grabaciones con originales.
 - Elaborar síntesis y fichas bibliográficas.
 - Elaborar encabezados para selección de lecturas.
 - Verificar la corrección de textos antes de su impresión.
 - Participar en la toma de inventarios físicos.
 - Cumplir con las obligaciones establecidas por la cláusula 178 del Contrato Colectivo de Trabajo 1984-1986.
 - Reportar fallas o desperfectos de equipo o instalaciones de su área de trabajo ante su jefe inmediato.
 - Solicitar oportunamente el mantenimiento de su equipo

de trabajo ante su jefe inmediato.

- Efectuar actividades afines o similares a las anteriores, derivadas de su puesto, que le sean encomendadas por su jefe inmediato.

Asesor de diseñadores (2)

- Perfil:
 - Amplio conocimiento del proceso editorial
 - Académico de la división de Ciencias y Artes para el Diseño especializado en diseño editorial.
 - Conocimiento a nivel intermedio o avanzado de software de diseño, particularmente Photoshop, Illustrator e InDesign., Manejo de MS Office y entorno Windows y Machintosh a nivel Intermedio.
- Funciones:
 - Planificar, revisar, verificar y validar los diseños de los contenidos
 - Brindar asesoría a los alumnos diseñadores
 - Dar seguimiento del proceso de diseño de cada artículo
 - Sugerir nuevos miembros del equipo de alumnos diseñadores

Diseñadores y formadores (6)

Estas personas conforman la base en la cuál esta sustentado el equipo de diseño de la revista y esta integrado por alumnos que realizan su Servicio Social en el Proyecto Divisional denominado “Revista Tiempo de Diseño” (incluir núm. de registro).

- Perfil:
 - Estudiantes de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica o en Diseño Gráfico que cuenten con más del 80% de créditos.
 - Creativos y proactivos

- Habilidad para comunicar e interpretar conceptos visualmente.
 - Capacidad de análisis y síntesis
 - Alta disposición para trabajar en equipo
 - Abierto a críticas
 - Conocimiento a nivel básico o intermedio de software de diseño, particularmente Photoshop, Illustrator e InDesign., Manejo de MS Office y entorno Windows y Machintosh a nivel básico o Intermedio.
- Funciones
 - Realizar el diseño y formación de los artículo, entrevistas y demás contenidos de la publicación
 - Elaborar dummies y bocetos.
 - Seleccionar fotografías e ilustraciones para los artículos de la revista.
 - Apoyar a los autores con la toma fotográfica del material de apoyo para sus artículos
 - Elaborar ilustraciones o viñetas que sirvan de apoyo gráfico a los contenidos textuales de los artículos a su cargo
 - Seleccionar colores, tipos y tamaños de tipografía acorde a los contenidos y al perfil grafico de la revista
 - Reportar fallas o desperfectos de equipo o instalaciones de su área de trabajo ante el coordinador del proyecto
 - Efectuar actividades afines o similares a las anteriores, derivadas de su cargo, que le sean encomendadas por el coordinador del proyecto.

Encargado de distribución (1) :

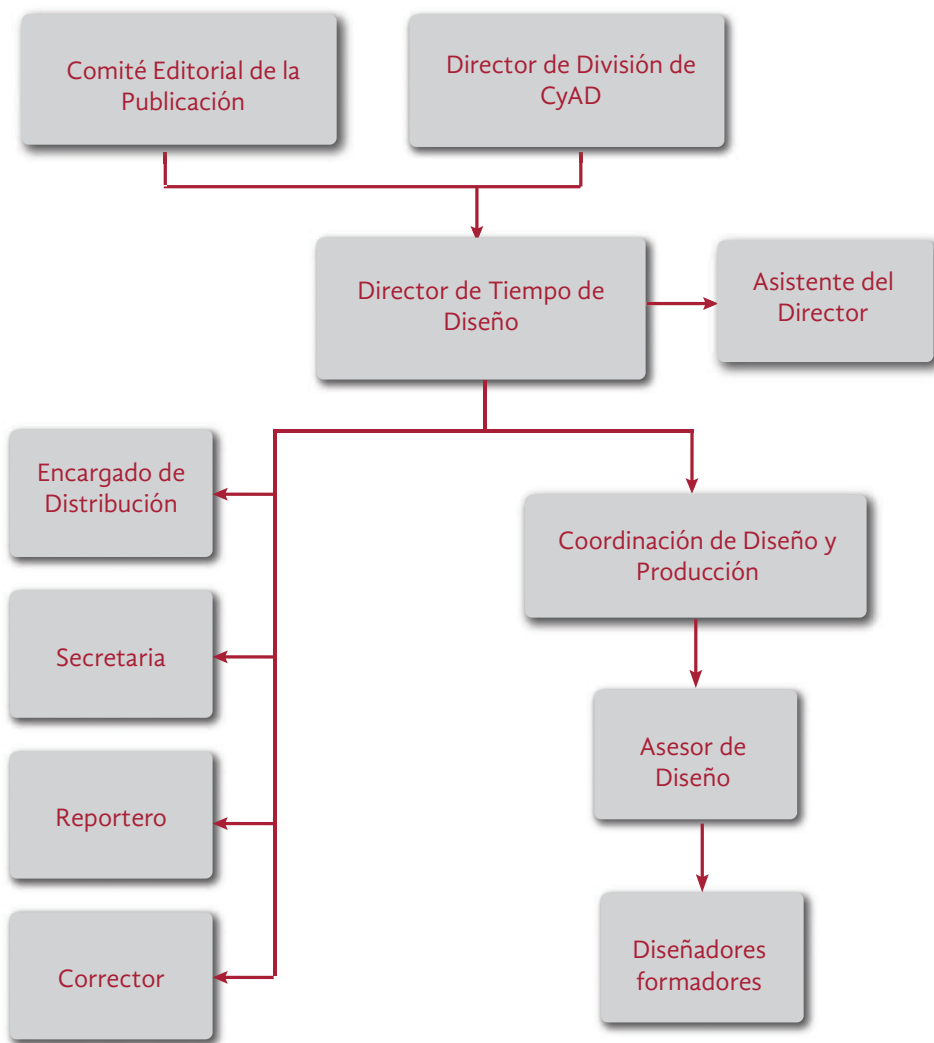
- Perfil (de acuerdo al manual de puestos)
 - Escolaridad: preparatoria concluida
 - Experiencia: dos años en puestos similares.

- Funciones
 - Elaborar y actualizar el directorio de personas e instituciones a las que se les envía el órgano informativo y el compendio de noticias.
 - Organizar rutas y horarios de entrega de publicaciones.
 - Organizar la distribución y verificar la entrega y circulación de publicaciones tales como órgano informativo (ordinario, extraordinario y suplementos), compendio de noticias y boletines de prensa, etc.
 - Distribuir y verificar la entrega de otro tipo de publicaciones como revistas, libros y gacetas.
 - Tramitar el franqueo para el envío del órgano informativo por vía postal.
 - Participar en el levantamiento físico de inventarios en su área de trabajo.
 - Cumplir con las obligaciones establecidas por la cláusula 178 del Contrato Colectivo de Trabajo 1984-1986.
 - Ser responsable del buen uso y manejo de su equipo de trabajo.
 - Reportar fallas o desperfectos de equipo o instalaciones de su área de trabajo.
 - Efectuar actividades afines o similares a las anteriores, derivadas de su puesto que le sean encomendadas por su jefe inmediato.

Cuidado de la edición (2)

- Los mismos que para el coordinador de diseño y producción

Muy importante resulta mencionar que todos los colaboradores que participan en esta etapa de la publicación no se dedican preponderantemente a ella, sino que están adscritos a otras áreas determinadas y sus labores son completamente ajenas a la revista, sin embargo dedican gran parte de su tiempo a realizar esta publicación. La estructura de la revista se puede sintetizar con el organigrama de la página siguiente.



Organigrama Tiempo de Diseño

CAPÍTULO 7

normas editoriales

Para esta publicación la noción del *Texto Correcto* esta construida con base en aquel que tiene correspondencia con un uso contextual del idioma adecuado al ámbito del diseño, que esta conectado con los marcos de referencia que posee el lector y cuyos significados deben ser compartidos al menos parcialmente por autor y lector, es decir, el texto debe adecuarse al entorno comunicativo en que va a insertarse: al contexto preexistente; utilizando terminología acorde a las diversas disciplinas del diseño arquitectónico, gráfico, industrial o cualquier otra disciplina afín.

Otra cuestión fundamental es la coherencia en la construcción del texto, es decir, que su estructura significativa tenga una adecuada organización lógica, armonía sintáctica, semántica y pragmática entre sus partes para que su significado sea fácilmente interpretable.

Para esto deben cumplirse las llamadas “condiciones de coherencia”:

- El texto debe ser relevante aunque no necesariamente vanguardista
- El texto debe tener un tema central claramente definido sin presentar ambigüedades

- El texto debe presentar de manera lógica sus argumentos con una buena secuencialidad a través de él y con buen uso de las normas ortográficas, gramaticales y sintácticas.

Sin embargo, existen algunos problemas propios de este proyecto, ya que debido a que la convocatoria está abierta a toda la comunidad de diseño, tanto a los académicos, investigadores y profesionales, como a los alumnos, es de esperarse que el lenguaje y el estilo de los textos sean variados. Los alumnos, por lo general tienden a escribir de manera informal y carecen de orden; los académicos, pese a que cuentan con una mejor forma de expresión, también presentan un lenguaje variado; y debe también considerarse que en el ámbito del diseño (en términos generales) se tienen deficiencias en la redacción. No obstante, los profesores-investigadores cuentan con una mejor forma y estructuración de sus textos.

Aunque la mayoría de los autores del contenido de la publicación son académicos de CyAD Azcapotzalco, muchos de los textos presentan varias deficiencias en cuanto a sintaxis y gramática.

Es por eso que es indispensable que los artículos que son recibidos sean revisados en primera instancia por el Comité Editorial (como un primer nivel para su aceptación) y posteriormente se hagan recomendaciones para su mejora. Una vez corregidos se envían a un corrector de estilo profesional que se encargará de unificarlos.

Considerando que la línea editorial se orienta hacia la comunidad universitaria (principalmente) tanto estudiantil como académica, el lenguaje y expresión se presentan de una manera formal, pero inteligible, es decir, predominando el lenguaje cotidiano sobre el técnico.

El corrector de estilo sólo tiene la facultad de corregir ortográficamente los textos, así como su gramática y sintaxis, siempre y cuando no se vea afectado el sentido o el significado del contenido; en aquellos casos en que se tenga alguna duda sobre la redacción, o sobre algún término específico, se hará del conocimiento del autor la propuesta de corrección para su aprobación o para ratificar el término o el concepto.

Por ningún motivo el corrector podrá editar un texto, ni modificar su estructura ni agregará información por cuenta propia y en caso de requerir ampliar la información del texto, únicamente hará la sugerencia al autor, quien necesariamente deberá aprobarla.

Un caso muy particular se presenta en esta publicación en el ámbito de la corrección y la redacción. El personal administrativo que elabora las entrevistas y algunos artículos por encargo no ha sido constante y en algunas ocasiones no tiene la formación adecuada; además el perfil que los puestos marcan es insuficiente para atender a las necesidades de una publicación de esta naturaleza; ese personal ha llegado a ese nivel por ascenso escalafonario, donde lo último que importa es que sus capacidades —no su disposición— se ajusten a las exigencias del puesto; o bien, se toman atribuciones que no les corresponden y han interpretado mal sus funciones rebasando lo que les está permitido, transgrediendo el fin fundamental del corrector que es respetar el trabajo intelectual del autor: cambian por completo el sentido conceptual del texto de acuerdo a sus propias creencias, emiten juicios personales cuestionando agresivamente la capacidad del autor, manifiestan gran inconformidad si el autor no aprueba las correcciones en las que sus textos fueron violentados de tal forma que perdieron el sentido, realizan el trabajo que haría un revisor técnico sin tener los conocimientos necesarios para hacerlo y retrasan deliberadamente el flujo editorial.

Es en este punto en donde *Tiempo de Diseño* encuentra el principal obstáculo para cumplir con la periodicidad fijada, ejemplo de lo anterior es que mientras fuera de este contexto la corrección al nivel solicitado de un artículo, fluctúa entre 1 y 3 días por diez cuartillas, el corrector asignado a la publicación demoró 4 meses en entregar las correcciones de un artículo que constaba de 19 cuartillas, es decir 122 días.

Por otra parte, respecto a los textos, es también pertinente mencionar cómo está construida la concepción de la lectura con base en las tipografías empleadas. Para este proyecto se utilizan como tipografías base dos fuentes distintas:

- **Garamond:** Se caracterizan por sus proporciones finas y flexibles. Su modulación es oblicua, hay contraste medio entre los trazos medios y los finos, tiene trazos terminales en los pies de las letras de caja baja y alta; la caja alta es más

corta que los ascendentes de caja baja. Peso y color medio en su apariencia general, el filete horizontal de la e de caja baja es horizontal.

g h i j k l m
n o p q r s t u

- **Franklin Gothic:** posee un diseño voluminoso, su eje es vertical, tienen poco contraste en la modulación de los trazos de las letras de caja baja; las curvas tienden a ser cuadradas y la embocadura de las letras suelen ser más cerradas, los remates de los trazos curvos son inclinados, no son paralelos a la línea base

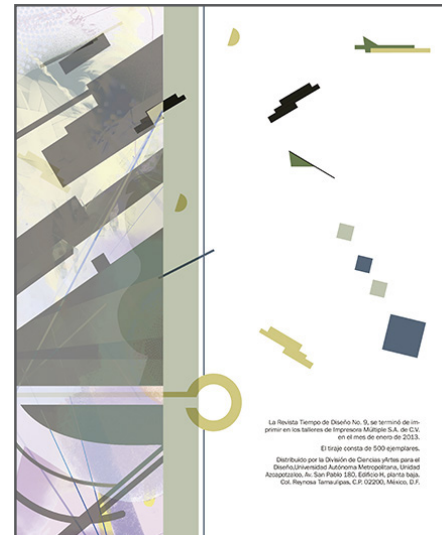
f g h i j k l
m n o p q r

Se utilizan estas fuentes por su óptima legibilidad en equilibrio con el diseño general de la página, los cuerpos y grosores en ambas son medios para no recurrir a hacer modificaciones en los interletrados e interlineados para mejorar su lectura, la alineación justificada permite una mejor definición de los bloques y permite delimitar mejor el contraste entre figura-fondo y percibir a la página con mayor estructura formal y no altera la integridad y la coherencia visual del texto

Facilitan la práctica de la lectura y de la construcción ordenada y sistemática de la página mediante una textura visual neutra que permite fluidez para facilitar su comprensión.

Las tipografías pueden ser aplicadas a los contenidos sin alterar su naturaleza, porque aunque tengan una percepción-sensación histórica, en conjunto con las tipografías complementarias se constituyen en equilibrio y no se evidencia un contexto temporal determinado.

Ambas se pueden utilizar en todas sus variantes. Para el cuerpo de texto exclusivamente se utilizarán estas dos fuentes, así como en el editorial, la página legal y colofón, aunque también se podrán en portadillas



La parte óptica es de peso regular y genera un aspecto adecuado de la mancha de grises y el diseño general de la pagina, aún en las paginas más saturadas de texto, proporcionando un aspecto agradable y ligero

El puntaje es apropiado de acuerdo con los anchos de columna y la caja tipográfica y permite una buena legibilidad del texto.



Se utilizan estas dos fuentes que contrastan en estilo para evitar la monotonía en la lectura total de la publicación, y dentro de cada artículo se hace uso de otras fuentes alternas que permiten establecer diferentes niveles de información y así dinamizar la lectura secuencial de los textos corridos, y destacar discretamente elementos del texto sin alterar la fluidez de la lectura.

De esta manera la composición tipográfica se relaciona con la lógica del texto mediante diferentes niveles y variantes en los anchos de columna, y generando espacios en blanco para no saturar las paginas; también se dejan espacios como puntos de anclaje focales para destacar partes del texto, destacar los títulos, y se generan portadillas para identificar el inicio de los artículos.



Una vez que se ha realizado el diseño y la formación de los contenidos en la revista se inicia un proceso de revisión. En esta etapa se realizan tres lecturas:

- Por el autor
 - Por un coordinador de Diseño y Producción junto con los diseñadores
 - Dos coordinadores de Diseño y Producción
- En la primera prueba el autor verifica su texto ya formado antes de verlo publicado; ya no se admiten correcciones que vayan más allá de indicar errores de captura, de concordancia con los pies de foto o con las referencias cruzadas o hacer algún pequeño cambio como reemplazar una palabra por otra o alterar el orden en alguna oración, pero no se deberá cambiar la extensión del texto. Los autores no podrán realizar, ningún tipo de modificación que afecte al contenido e implique cambios drásticos en el original de la obra aprobada, salvo que dicha modificación haya sido sugerida o autorizada por la Dirección de la publicación o por la Coordinación de Diseño y Producción. Si el artículo es colectivo, las correcciones las señala el coordinador de los autores. Estas pruebas deben ser revisadas cuidadosamente por el autor y devolverse a Diseño y Producción con las indicaciones pertinentes.
 - En la segunda prueba el área de Diseño y Producción realiza las correcciones indicadas por el autor y corrige toda la información revisando también la tipografía, el cuerpo de texto, el interlineado, el corte de palabras, la sangría, el ancho de la caja de texto, la numeración de páginas, los índices, el foliado indicativo, etc.; al autor se le indica que no se admitirá, en esta etapa del proceso, ningún tipo de rectificación que no haya sido realizada sobre la primera prueba, salvo que dicha modificación haya sido sugerida o autorizada por el Director de la Publicación.
 - La tercera prueba o revisión final corresponderá siempre a los Coordinadores de Diseño y Producción en todo lo que concierne a características técnicas de formación, composición de créditos y portadas, supervisión de logotipos institucionales, etc.

CAPÍTULO 8

normas de diseño

Para construir la noción de *diseño correcto* específico para nuestros lectores se ha considerado que la tipografía sea legible, que las imágenes y gráficos se vean bien proporcionadas con un tamaño acorde al contenido y que las imágenes tengan correspondencia con el texto. Respecto a la composición se determinaron: márgenes, anchos de columna, uso reticular y empleo de los “aires amplios”; se determinó la jerarquización mediante variantes tipográficas, armonías de colores y armonías visuales, así como el empleo adecuado de recursos gráficos, manejo de contrastes, coherencia del diseño respecto al contenido, ritmo en la página y a lo largo de la publicación, se buscó un diseño limpio, organizado, dinámico y moderno.

Se consideraron factores que determinaron la disposición de los elementos compositivos y la identidad de la revista:

- Por ser de índole académico tiene que tener cierto grado de formalidad
- Debe contar muchos elementos visuales porque el perfil del diseñador es visual
- Los contenidos distribuidos en secciones de acuerdo a los intereses de los lectores y la naturaleza del contenido del artículo
- El perfil de quienes publican en la revista
- Los límites de los diversos contenidos determinados visualmente
- La proporción adecuada entre extensión del texto y número y tamaño de imágenes.
- La distribución los espacios sin alterar la lectura
- Debe percibirse como bien organizada y estructurada

la investigación sea una actividad cotidiana, de más de una persona. Si hay algo que el diseño le puede aportar a la investigación es la estructura de investigación, la cual es por proyectos y no por temas. Nuestra granja, alrededor de proyectos de diseño, proyectos gráficos, industriales, arquitectónicos, urbanos. Cuando yo arma el proyecto también armo el equipo, el núcleo de investigación alrededor del proyecto de acuerdo a lo que necesito. Es en ese que aporta el diseño de una manera que ninguna otra disciplina tiene. Esa es nuestra riqueza, nuestro fortaleza.



¿De qué manera repercute la investigación en la docencia?

Yo creo que repercute de una manera definitiva. De una manera absoluta. Si uno piensa un instante el docente que enseñó Pura muestra lo que sabe lo que aprendió y cómo lo aprendió. El docente puede aprender en la práctica (operando, experimentando, fabricando, puede aprender en la escuela, haber aprendido de otro docente o lo pudo haber aprendido investigando, es decir, explorando. Estas tres formas de conocimiento no son excluyentes, deben estar allí. El docente necesita una base teórica que recibe en la escuela. El conocimiento recibe básicamente en un conocimiento teórico aunque se adquiere en un taller, necesita también una parte pragmática, una parte de realidad para ver si su conocimiento teórico corresponde con la práctica, la aplicación práctica es muy importante en el diseño, y finalmente requiere de una parte independiente en el diseño que es la exploración. Dicha exploración da la investigación. A mí me parece que un docente que investiga, sobre todo si investiga sistemáticamente, desarrolla distintas características que poseen el fenómeno visto desde diferentes perspectivas o cambiando alguna variable: no usar un aguja si cualquier cosa, desde objetos a mensajes gráficos, está en el cambio constante.

Los diseñadores gráficos tienen el reto de cambiar los medios de comunicación. Es un reto inmenso. Antes se usaban de cartones y libros, ahora mensajes y páginas electrónicas.

El medio está cambiando. Hay una necesidad de investigar, de saber, de experimentar y de medir. La investigación tiene la virtud de explorar cosas que no existen y el diseño siempre es crear cosas que no existen. La investigación en el diseño debe ser parte de la formación de los docentes. Un docente que investiga es un docente que sabe cosas nuevas o que está investigando cosas que todavía no existen. Es un docente que les puede dar a sus alumnos información privilegiada para afrontar mejor lo que viene.

En las disciplinas del diseño hay algo muy importante: nosotros no estamos preparando diseñadores gráficos, industriales o arquitectos para hoy, nuestros alumnos van a salir dentro de cuatro o cinco años. Los estamos preparando para el futuro y eso es lo que nos da una visión de futuro. La investigación nos permite acceder a ello, permite visualizar qué viene, no qué hay, sino qué viene, preparando los horizontes para dirigirse en esa dirección, no todos los docentes entienden esto. Yo soy un firme creyente en la "liberal", me parece aquí, soy egresado de esta universidad. Yo sí creo en el Modelo General del Proceso del Diseño, por cierto, como creo igualmente en muchos otros modelos. Creo que si es importante que tengamos un proceso y un modelo de pensamiento estructurado cuando enfrentamos un problema de diseño. Creo firmemente en la figura del profesor-investigador, es uno

Los contenidos que se reciben para su publicación son muy variados y no existe una constante de proporción entre texto e imagen; algunos de los artículos están constituidos únicamente por texto, en estos casos, debido a que la revista es predominantemente visual, se requiere que los alumnos encargados del diseño de los artículos generen las ilustraciones, esquemas o fotografías de apoyo a los textos; o bien se hace uso de un pequeño banco de imágenes con que cuenta la publicación y que esta conformado por material elaborado por la comunidad CyAD.

Otros artículos están conformados en su mayoría por imágenes y el texto que les acompaña únicamente es de apoyo. Por lo tanto es imposible determinar qué porcentaje de texto y qué porcentaje de imágenes debe mantenerse en todas las ediciones. En todo caso, si pudiera establecer se sugiere que esta proporción fuera un 50% de texto y un 50% de imágenes.



En los inicios de la revista, ésta se realizaba en tamaño carta, es decir 21.5 x 28 cm, pero a partir del número 6 se realizó un ajuste del formato a 23 x 28 cm, con varias ventajas: puede también imprimirse dentro del pliego de 8 cartas rebasado (70 x 95 cm) en que se hacía anteriormente sin incrementar los costos de producción, salir del tamaño carta tradicional y dar una pequeña variación que no es perceptible a primera vista pero nos permite un mejor manejo de anchos de columna y márgenes; además, en los módulos de los anaqueles para publicaciones tamaño carta, esta revista sobresale al colocarlas junto a otras publicaciones.

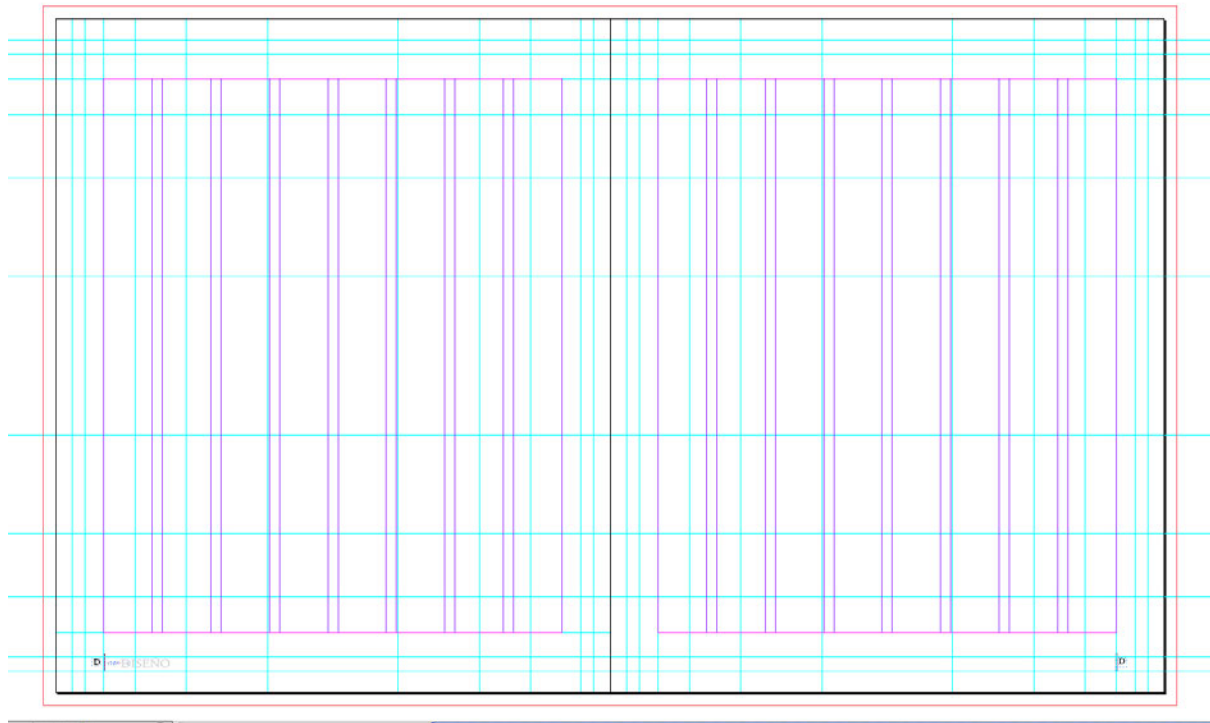


Debido al concepto de diseño que incluye blancos muy amplios y abundantes imágenes, este formato ligeramente más extendido que el tamaño carta, permite una distribución mas eficiente de los campos. Lográndose con esto una apariencia más estética; es también un formato cómodo para lectura, y su tamaño es práctico, estético, cómodo y agradable.

También en el diseño se consideran elementos que son constantes en una publicación para darle unidad, y unos de estos elementos son los márgenes. Una de las funciones de los márgenes es darle espacio, en la parte interna debe considerarse la encuadernación y en la externa se contempla un margen suficientemente amplio para que pueda sujetarse sin obstruir los contenidos y colocar los folios.

Los márgenes son constantes a lo largo de toda la publicación el superior e inferior miden 2.5 cm y el de lomo y de corte 2 cm; estos fueron establecidos arbitrariamente. El margen amplio superior permite que el horizonte quede establecido por el mismo margen sin tener que desplazarlo hacia abajo y sigue conservando un espacio amplio para dar aire.

No se utiliza una sola retícula base, son varios modelos de *layout* para poder establecer más ritmo, dinamismo y flexibilidad a la maquetación.



En este caso los márgenes solo marcan el límite de la mancha tipográfica, pero el utilizar una retícula flexible de varias columnas permite jugar con los campos reticulares con la finalidad de que se ajusten según requiera el contenido, por ejemplo, cuando se tiene gran cantidad de texto los horizontes se desplazan abajo o hacia arriba para generar “aire” y lograr una mejor distribución de los espacios blancos y hacer la lectura menos densa.

Son funcionales para todo el contenido de la revista y definen claramente la caja tipográfica con una constante en los márgenes, se considera que estas medidas son proporcionales visualmente respecto al formato y a la mancha tipográfica.



Se tiene una retícula base para interiores de 4, 6 y 8 columnas, en ellas se tomo en cuenta que sus anchos tuvieran entre 7 y 11 palabras por columna para que la lectura de los textos contenidos en ella fuera óptima y además permitieran buena organización de la información



Para evitar la monotonía a lo largo de la publicación, se pretende mantener unidad en todo un artículo usando la misma retícula y en el siguiente, variar el número de columnas para darle versatilidad al contar con diferentes páginas maestras que le den variantes a los acomodos tipográficos y a los elementos gráficos. Así se consigue llevar un ritmo dinámico a lo largo de la publicación, intercalando artículo muy denso con uno menos denso.

Otros elementos que le dan unidad o carácter a cada artículo además de la tipografía son esos elementos gráficos de soporte visual como placas viñetas, bloques de color, texturas, formas, estos contribuyen a crear diferentes niveles informativos y coadyuvar al recorrido visual, ya que al estar bien planteada la relación del contenido con las imágenes de apoyo ayuda al lector a llevar una adecuada secuencia de lectura.

Al abrir la publicación en el inicio de un artículo se encontrará que este siempre se encuentra en la página izquierda, esto se determinó de este modo porque el lector hace una primera lectura simultanea que dan los pares de paginas, y en ellas encontrará la información global del contenido del artículo y posteriormente realizará una lectura secuencial.



Mediante apoyos gráficos se hará evidente en dónde cierra el artículo, lo cual siempre será en página derecha

Se estableció que el contenido textual del artículo deberá respetar estrictamente los márgenes, no así las imágenes, las cuales tienen más libertad para colocarse en caja o rebasadas.

Los signos de identidad editorial como folios indicativos y numéricos también deberán ser respetados y el único cambio que puede hacerse es que pueden ir calados si no son evidentes en algún momento, de lo contrario serán omitidos.



Los diferentes niveles de información dentro de la página están determinados por variantes tipográficas, colores, plecas, etc.

Las referencias cruzadas se colocarán a pie de página, y la bibliografía o referencias consultadas al final del texto.

Los pies de foto se colocarán preferentemente debajo de éstas, sin embargo, esto no es tan riguroso, ya que el carácter dinámico de la revista permite romper también de este modo con la monotonía, pudiendo colocarse estos arriba o en los costados de las fotografías, pero siempre junto a ellas.

Únicamente los elementos de Identidad editorial que incluyen logotipos, folios indicativos y numéricos, página de contenido, editorial y página legal tienen una paleta de colores fija: negro (K:100) , rojo (C:22, M:100, Y:100, K:10) , gris (K:50). Estos colores de los elementos coadyuvan a mantener la unidad no sólo en la publicación, sino también con la identidad institucional, y aunque el color rojo institucional no corresponde a estos valores, si existe una similitud tonal que pasa desapercibida por el usuario.

TIEMPO DE DISEÑO

Año 8 · No. 9 · Enero 2013 · Publicación Semestral

Presencia
Universitaria

| 99

98 | TIEMPO DE DISEÑO

Para el resto de la publicación se contempla el carácter y contenido del tema para establecer una relación cromática con los elementos gráficos de apoyo y el manejo de las tipografías y portadillas y cierres de artículo; también se armoniza cromáticamente con las fotografías e ilustraciones del artículo aportadas por el autor. En todo momento se busca que las paletas de colores de cada artículo reflejen el carácter de la revista: formal, dinámica y atractiva: de diseño.



Es necesario una nueva concepción de estado

Se requiere profundizar más en todo aquello que dejó el nacimiento y en esa profundización, son tantos los caminos y tan emocionantes que hay que continuar haciéndolos crecer, desarrollarlos. La cuestión es que en la medida que la gente se metió más en la investigación puede entenderlo mejor. En la medida en la que hay alojamiento se deja de cuestionar sobre el particular. El muy práctico no se cuestiona eso. El que investiga es el que empieza a darse oportunidades. ¿¿¿? más que rediseñar tiene un momento de crecimiento de calidad. Puede ser un buen amigo, un buen hijo, pero en la medida en que va creciendo, formando nuevos amigos, se separa de la familia, siendo la misma persona, sí, pero enfrentada a nuevas situaciones. Yo creo que a cada lo está pasando eso, enfrentando a nuevas situaciones. Alguien lo vemos así, otras todavía no lo ven claramente, pero es inevitable porque es tan emocionante lo nuevo, las nuevas posibilidades, que sí está que estamos en una etapa de crecimiento de calidad muy fuerte aunque quizá no vemos aún los resultados, pero es esta División, son estas personas. Lo que le echamos a andar ya son sectores vitales, ya tenemos que dejar caminos a los jóvenes pero estamos muy emocionados de lo que estamos viendo. En la medida en la que sirven para que estos empleos ya a tomar el lugar y crecer, vale la pena estar entre otros más.

Muchos de los fundadores de la División de esta vez están cerrando sus ojos ya se van que en la medida de lo que se va a ir el tiempo y se van así que pueden compartir una retrospectiva de su vida vivida en la institución. A algunos como usted que la ciudad está presente en todos los tiempos de esta época ¿le quedará como una parte fundamental?

El gran reto es ser un apoyo para este grupo humano en el siglo XXI. Si pudiera encontrar una fórmula de hablarme y radicalmente ayudar a los demás para que crezcan y evolucionen, sería feliz. Dado que ahora no se puede dar esa opción sólo me intereso en otros años más continuando.

¿Evolucionando?

Sí, justamente, es la única opción que empieza a aparecer en este momento, aunque no sea lo mismo que estar en la división y en la motivación a los alumnos en su laboratorio. Entonces, si me preguntan qué es lo que falta a alguien como yo que me ha tocado la enorme suerte de vivir entre etapas, es cómo le dejamos mi lugar a otros manteniendo mi interés porque crecer es lo más posible. Creo como yo ya no voy por ningún punto al por nada. Me emocionaba mucho por crecer a los demás y siento que vale la pena ya no estar todo el tiempo con alumnos sino más con los profesores. "Ya viene esto... ya puede estar... otros que es por allí sí que tiempos ya años por delante".

"Son tantos los caminos y tan emocionantes que hay que continuar haciéndolos crecer"

¿Tiene la convicción de que el empleo está asegurado?

Claramente. A dónde lleva la División las nuevas generaciones es su responsabilidad. De aquello que nosotros generamos se llevan los que tenga sentido y lo que no, lo dejara. Entre tanto nueva generación que quedo los alumnos a su crecimiento es como que en ese momento no vamos relevantes, pero las circunstancias nacionales apostando pueden hacer que la gente tenga que resolverlo. Pero, honestamente, a diferencia de como yo viví el país y la calidad de los años anteriores, 20 años después yo veo a este país con una potencial de crecimiento enorme que no encontraba entonces. Tal condición va a pillar un importante número de personas que nacieron originalmente en la población que como sociedad son ya a 40 años hacia adelante. Le va a sacar este país que yo presencié en los 60 con un desdoblamiento de la clase media, apertura al mundo en contacto con la cultura europea, aquello que hizo muy famoso a Adolfo López Mateos, un momento de apertura que creó 20 años antes de que empezaran las crisis para retroceder al país. Eso lo percibo ahora, de aquí a los siguientes 20 años va a acontecer un país muy fuerte.

¿Apertura de países como Japón que se hicieron competitivos en cuestión de gobierno sin transición a un surge nacionalista con limitaciones de equidad que hoy que pasara en momentos de gran apertura?

Haas creo nunca pueden ser un referente con los primeros años de Japón ya era una nación industrializada desde el siglo XX, por eso se metió a la guerra. Alemania era industrializada por eso participó en una guerra. Todos los países que participaron en las guerras mundiales creían como elemento central un medio industrializado. Ganaron unos, perdieron otros, pero todos pasaron por el campo más fuerte y concentrado que puede haber de productividad que es estar en una guerra. Toda la nación produciendo para la guerra, nada de dedicación todo mundo estaba allí porque había un país, un hermano peleando. Era un campo extraordinariamente concentrado de productividad y por eso se venían de la campaña a la industria, los soldados iban a otros países, le mejoré cada día con la fabricación cambiando también de estado, en poco tiempo cambian todo. ¿Qué fue lo que aceleraron los países que perdieron? Dinero. Pero ya estaba toda la base productiva. Por eso Alemania, Estados Unidos, Inglaterra o Japón se levantaron muy pronto para lo único que quedaba era el dinero, y tenían pagando todo. De esta forma, países como el nuestro que hicieron dinero vendiendo materias primas durante la guerra no se modificaron. Qué fue lo más que reformó: la época del Che de Ocho Mexicano, porque nadie más produjo películas, quisieron estudiar en guerra estudios propáganda. México exportó a toda América Latina películas. Se acabó la guerra y se terminó el día de oro. No hubo eso como intervención de una guerra para México ni para las naciones latinoamericanas. No perdieron una guerra, se perdieron millones de pesos pero cuando terminó todo, y aquí empezamos a crecer, se fue tan rápido como Regis. Entonces, la cultura japonesa está amarrada por muchas razones no solamente por sus tradiciones, y una parte de sus tradiciones es la ingeniería, la producción y la innovación.

A UN AÑO DE TI PARTIDA...

Francisco Fuentes de la Vega (Fico) admite de su amigo, compañero, profesor y el padre del centro el Doctor de la Comunicación Civil en la UNAM. Después, de ser guía y enseñar la literatura de Doctor Civil de la Comunicación Civil en diferentes universidades como la Universidad Anahuac y la Universidad La Salle. Don Fico es ahora un hombre como pocos lo es, una persona que día a día vive con el aprendizaje y la posibilidad de ser un gran profesor en el ámbito profesional comparte en este momento una de las labores más bellas y desafiantes en las sociedades humanas, la enseñanza y no sólo en la computadora sino que ayuda a producir a un profesor, el inicio de lo que es un momento completo el Doctor Civil de nuestro País.

Como estudiante que no fue la primera Universidad en México de la Comunicación Civil o el Doctor Civil, pero sí apostó a tener la UNAM en su tiempo en la División de 1940 antes de cuando llegó a la República Mexicana, Centro y Subdivisión de Doctor de la Comunicación Civil y doctor a nivel Latinoamericano. Pero que después de haber vivido la primera generación, que era el país de Don Fico y muchos de los que crecieron que sus profesores formaron en el ámbito profesional como es el ámbito académico para apoyar, enseñar, beneficiar y enseñar al Doctor Civil.

Por tal motivo es difícil decir muchas cosas después, también es difícil olvidarse de nuestros roles, de lo que es la carrera de Doctor Civil en la UNAM y que tiene realmente un país, un momento que es Don Francisco Fuentes de la Vega (Fico) y para mí él es el más importante que quise, porque cuando empezamos a estar de los sectores y principios de las labores a hacer los laboratorios y libros, palabras. Don Francisco Fuentes y su espíritu para arriba y para abajo buscando apoyo, ayudando al mismo, cuando los recordamos y a esta Don Fico ya me fue la alguna cosa de su parte Fico, lo dicen él mismo. Yo me acuerdo que a los 10 años que me dijo que él me enseñó a leer, pero que me enseñó a leer el programa de televisión que se hacía así a la programación con un Abasco, entonces esta idea y el apoyo por él mismo. Don Fico Fuentes que después ha ido de todos los ámbitos.

FUERZA PROFESIONALES Y COMERCIALES DE LOS CONOCIMIENTOS Y CONOCEDORES DE SU ALBORO.

Francisco Fuentes de la Vega fue el primer Profesor Extraordinario nombrado por el Consejo Académico en su momento del 19 de junio de 1982. En el curso de la vida productiva dedicó la docencia.

"Estudioso profesional como tanto de un conocimiento y una cultura de un alumnado, con experiencia en el área académica, con conocimientos de la calidad social del aprendizaje de un egresado de la UNAM, agente de la historia y el presente de la cultura de la UNAM, con una profunda experiencia de enseñanza. Le llamamos entonces la mejor de nuestros maestros".

Para Francisco Fuentes la investigación era una eterna búsqueda para la cual era una búsqueda constante, con ella, en una época de silencio se le hizo un camino que se abrió a la cultura y la tecnología. En esta generación de la UNAM que fue el primero y el primero en ser un egresado de la UNAM como docente y profesor, pero con el tiempo, después de haber vivido la primera generación, que era el país de Don Fico y muchos de los que crecieron que sus profesores formaron en el ámbito profesional como es el ámbito académico para apoyar, enseñar, beneficiar y enseñar al Doctor Civil.

36 | BIENESO

65

CAPÍTULO 9

características de la producción

La publicación terminada tiene un tamaño final de 23 x 28 cms. (46.5-47 x 38 cms. extendido), esta impresa a 4x4 tintas en forros e interiores y barniz a registro en 1ª y 4ª de forros, su encuadernación es cosida esta pegada en *hot melt*. El numero total de páginas fluctúa entre 88 y 128. Debido a estas características físicas el publico usuario la percibe como una publicación de alta calidad editorial.



En la primera etapa de construcción de cada edición, específicamente para la generación y tratamiento de los textos originales los autores emplean las siguientes aplicaciones:

- Microsoft Word
- Microsoft Excel
- Adobe Illustrator
- Autocad
- Photoshop
- Corel

Utilizados indistintamente en plataformas Mac y PC y entregan al asistente de la dirección de la publicación la información en un dispositivo de almacenamiento portátil, regularmente se emplean discos compactos. Una copia de estos de hace llegar el área de diseño y otra se conserva para archivo.

Los equipos con que cuenta la coordinación de diseño y producción de la publicación son:

- Tres computadoras *Imac*
- Una computadora de escritorio marca *HP*
- Una impresora láser monocromática
- Una impresora láser a color
- Ploter HP 500

El software utilizado en esta área es:

- Autocad
- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe InDesign
- Adobe Acrobat

La empresa que realiza la producción impresa de la publicación cuenta con el siguiente respaldo tecnológico:

- Preprensa
 - CTP Fuji Luxel 9600Vx
 - Plotter Epson 7800
 - Eye One Pro
 - Proof Master
 - Plataformas Mac y Pc

- PrePrensa
 - Se forma en Pliegos de 16 paginas
 - Software- Indesing
 - Placas CTP Fuji (estas van debidamente identificadas con número de pliego y con marcas de alce, escuadra, final de papel y barra de control 100-50).
 - Perfil de Salida - U.S. Web Coated (SWOP) v2

- Pruebas de color
 - Software ProofMaster
 - Perfil de color - U.S. Web Coated (SWOP) v2

- Prensa
 - Prensa offset Mitsubishi Diamond 1000Ls (5 cabezas + torre de barniz) para interiores
 - Prensa Heidelberg GTO (4 cabezas) para forros

- Acabados
 - Doble (dobladora ocho oficios marca Stahl)
 - Alce
 - Costura
 - Pegado (empastadora Hot Melt Muller Martin)
 - Refinado (guillotina trilateral)
 - Laminado
 - Barniz a registro

Ya finalizado este proceso se realiza el empaquetado y la entrega en las instalaciones de la universidad

Para la publicación se utiliza en páginas interiores:

- Papel Couché mate importado de 150g
- En pliegos de 70 cm x 95 cm

Para forros:

- Cartulina sulfatada a dos caras de 16 puntos
- En pliegos de 90 cm x 51 cm

Para llevar a cabo la producción impresa de *Tiempo de Diseño* y de acuerdo con la normatividad de la Universidad Autónoma Metropolitana se deberá cotizar la producción impresa con tres distintos proveedores de servicios que realicen completo el proceso industrial de producción, desde la pre prensa hasta los acabados; en este sentido podría encargarse al área de Compras (Sección de Adquisiciones) que realicen este procedimiento y elijan al proveedor; sin embargo, la elección del proveedor que realizaría la impresión la harían únicamente con base en el precio más bajo ofrecido en igualdad de condiciones de materiales empleados y tiempos de entrega.

Pero para quienes están a cargo de la revista no son sólo estas condiciones las que deben determinar quien será el proveedor que produzca el impreso, sino que además se valora la atención brindada, la facilidad de realizar cambios de última hora, la disponibilidad del tiempo de asesorías a nuestros alumnos, la factibilidad de tener acceso abierto a las instalaciones de la imprenta para hacer el cuidado a pie de prensa y fundamentalmente la calidad de impresión y acabados.

Estos son valores agregados que el departamento de compras no está en posibilidad de considerar, por lo tanto, la Coordinación de Diseño y Producción de la publicación se da a la tarea de localizar tres o cuatro proveedores que ofrezcan, además de un tiempo óptimo de entrega y un costo razonable, todas las demás ventajas antes mencionadas.

Este reducido directorio de proveedores se entrega al área administrativa para que a partir de la información que les ha sido proporcionada, ellos tomen la decisión de la compra con la certeza de que cualquiera de ellos cumple con los parámetros requeridos para mantener el nivel de la revista.

Cuando ya se ha elegido el proveedor, se realiza un contrato de prestación de servicios entre el proveedor y la Universidad dónde se especifican todas las condiciones que regirán la compra del bien, firmando este contrato el representante legal de la empresa, el representante legal de la universidad y el director de la publicación. En este contrato se estipulan tiempos de entrega, precio, condiciones de pago, especificaciones del impreso y materiales empleados, tiraje, penalizaciones, forma y condiciones de recepción de archivos y entrega del impreso, entre otros.

Una vez que se ha realizado la firma del contrato se entregan los archivos de interiores y forros al representante comercial de la empresa y se solicitan las pruebas de color, a partir de este momento, las empresas con las que se ha realizado la producción de la revista nos otorgan acceso abierto a sus instalaciones, ya sea para hacer el seguimiento de la producción o bien, para asistir con los alumnos a visitas y asesorías.

CAPÍTULO 10

mecanismos de distribución, comercialización, promoción y difusión

Lamentablemente existe un problema de distribución no sólo para esta revista, sino generalizado para todas las publicaciones las Unidades Académicas: los mecanismos son ineficientes o inexistentes, o bien los criterios de distribución no se siguen de manera sistemática y aunque hay intentos por solucionar esta desventaja, trazando las pautas que debieran seguirse, aun no se vislumbra una posible solución⁷.

Por el momento la revista se distribuye solo a las bibliotecas de las unidades Azcapotzalco, Cuajimalpa y Xochimilco; se entregan ejemplares en el Centro de Información y Documentación de Rectoría General de la UAM; en las librerías Juan Pablos y José Vasconcelos; y en el Departamento de Promoción y Distribución Editorial y en la Biblioteca del Congreso.

Los profesores y alumnos que intervienen en ella, también se han dado a la tarea de llevarlas personalmente a otras instituciones con las que se tienen vínculos académicos, en dónde presentan ponencias, donde ofrecen cursos, o cuando son invitados especiales para obsequiarlas con el fin de darla a conocer fuera de la Universidad, también se entregan ejemplares de obsequio al las personas que nos visitan como ponentes, expositores, talleristas, instructores o en su carácter de autoridades invitadas.

7 Consultar : Políticas Operativas para la Producción Editorial de la Unidad Azcapotzalco

No se cuenta tampoco con mecanismos de comercialización, y la venta de la publicación se realiza solamente a nivel interno, *Tiempo de Diseño* no esta disponible para su venta en otros sitios fuera de los delimitados por la institución como son:

- Librería José Vasconcelos
- Librería Juan Pablos
- Librerías de la unidades Azcapotzalco e Iztapalapa
- Ferias editoriales:
 - Feria Internacional del Libro. Guadalajara, México
 - Feria del Libro del Palacio de Minería, Distrito Federal, México
 - Feria del Libro de Azcapotzalco, Distrito Federal, México
 - Feria del Libro en el Zócalo, Distrito Federal, México.
 - Feria Universitaria del Libro, Hidalgo, México
 - Feria Internacional del libro Universitario, Xalapa, México
 - Feria Internacional del libro, Monterrey, México
 - Feria del libro , Chihuahua, México

Por ser de carácter interno la comercialización y la distribución, así como los mecanismos de promoción y difusión son limitados, únicamente se dispone para estos fines de los canales propios de la universidad, es decir, las páginas web de la División de Ciencias y Artes para el Diseño; la de la Unidad Azcapotzalco; las de los Departamentos de Evaluación para el Diseño, Investigación y Conocimiento, Medio Ambiente y Procesos y Técnicas de Realización también pertenecientes ala Unidad Azcapotzalco.

También se promociona y difunde en los boletines quincenales de la División, en el Semanario de la UAM, la revista *Aleph* de la UAM Azcapotzalco y cuando nuevos números salen la venta se colocan carteles y avisos de gran formato en la algunos puntos estratégicos de la unidad y en otros puntos de distribución, y se hace promoción haciendo las presentaciones de los números nuevos en las ferias mencionadas.

Definitivamente las acciones que actualmente se llevan cabo para distribuir, promocionar y difundir son funcionales sólo para el público local al que se esta abordando: la comunidad CyAD. Esta tiene conocimiento de la publicación, sabe cuales son los temas que aborda, pero no esta consciente de la periodicidad, debido a que ésta ha sido muy inconsistente. Hasta este momento no se ha requerido más promoción porque de cualquier modo la distribución es sumamente limitada.

CONCLUSIONES



Ahora bien, el hecho de que los mecanismos actuales sean funcionales no quiere decir que constituyan estrategias ni que sean los óptimos para este caso de estudio. Y es que existen una serie de obstáculos que dificultan el logro de los objetivos y alcanzar las metas:

- Pensar que lo que se ha hecho hasta este momento es suficiente y que además todo está bien hecho sin hacer evaluaciones ni redefinir los procesos.
- Suponer que el hacer una publicación de alta calidad editorial, es suficiente para hacer llegar al lector meta la información que se pretende difundir, olvidándose que la publicación no se distribuye sola, que requiere medios y canales eficientes y variados que de verdad cumplan con el objetivo.
- Inorar la falta de apoyo y de recursos económicos, administrativo y de carácter laboral.
- Restarle importancia al proyecto sin percibirlo como una buena oportunidad para difundir el quehacer de nuestros profesores y estudiantes

Todos estos paradigmas deberán dejar paso a soluciones que realmente impulsen a *Tiempo de Diseño* hacia horizontes mucho más lejanos, más allá de las paredes que rodean a nuestra institución.

Se tiene conocimiento que esta revista es reconocida ya por un pequeño sector del

gremio del diseño, que las mismas instancias universitarias relacionadas con las publicaciones la muestran como ejemplo de calidad editorial, que los autores que escriben en ella cuentan con prestigio dentro de las áreas en las que desarrollan sus temas, que los trabajos que hasta ahora han mostrado los alumnos han sido reconocidos y cuentan con una excelente calidad, sin embargo, nos hemos estado quedando cortos, y si bien en los últimos números la publicación ha dado paso a contenidos menos profundos, debido a que las condiciones que se presentaron en nuestra División así lo exigieron, deberá rescatarse el carácter más académico y global que distinguió a los números anteriores, ya que de este modo se logrará, no solo interesar al público local y más al externo, sino que la revista podría constituirse como un muy importante espacio académico de difusión investigativa y de plataforma a nuevos talentos, así como de instrumento de análisis y reflexión acerca de teorías y metodologías relacionadas con las disciplinas involucradas.

Este estudio analítico ha permitido fundamentalmente establecer cuáles son las fortalezas y las características destacables de ésta publicación, y cuáles han sido las decisiones que han sido tomadas hasta ahora para desarrollar este producto editorial con importantes efectos, ejemplo de esto es que en el ámbito docente se han tenido excelentes resultados con los estudiantes que participaron en ella: todos han egresado y se han empleado en empresas e instituciones donde ha sido destacada su labor como diseñadores editoriales; a la revista también se le ha reconocido su alta calidad editorial a través de la Unión de Industriales Litógrafos de México y es muestra fehaciente del quehacer de sus colaboradores ante otras instancias. Deberá entonces ponerse atención en las áreas de oportunidad para lograr que cumplan con las metas establecidas y así conseguir que la visión que se tiene de ella no quede sólo en buena voluntad.



ANEXOS

ANEXO 1

REVISTA “TIEMPO DE DISEÑO” CONTENIDO DE LA CONVOCATORIA

La División de Ciencias y Artes para el Diseño, UAM-Azcapotzalco , invita a la comunidad académica así como a profesionales e investigadores relacionados con el desarrollo del diseño arquitectónico, gráfico e industrial a participar en la publicación del No. X de la revista “Tiempo de Diseño”.

El objetivo de este espacio editorial es el difundir el pensamiento y la práctica del diseño así como su articulación con las ciencias y las artes, reflexionando en lo que ha sido, es y podría ser el diseño desde diversos enfoques disciplinares, interdisciplinares, multidisciplinares y transdisciplinares.

Las colaboraciones deberán ser el resultado de investigaciones, experiencias docentes y profesionales, de acuerdo a las siguientes líneas temáticas:

- **Docencia.** Se abordarán y analizarán las experiencias prácticas y teóricas involucradas en el aprendizaje y la enseñanza en los diferentes campos del diseño.
- **Medio ambiente y sustentabilidad.** Se comentarán las implicaciones del diseño en los factores del medio ambiente y cómo éste los condiciona en su relación con el usuario.
- **Evaluación.** Se analizará críticamente el desarrollo histórico de los procesos, productos del diseño y sus implicaciones culturales a través del tiempo.
- **Teoría y Metodología.** Se analizará la relevancia de la práctica del diseño, la cultura material y los procesos vigentes para formular teorías que expliquen la realidad dentro del contexto histórico, **Tecnología.** Se abordarán los aspectos científicos y tecnológicos que intervienen en el proceso de diseño, sea espacio arquitectónico, objeto o mensaje, además de dar a conocer los avances y nuevas herramientas para su desarrollo.

- Así mismo, se podrán publicar **proyectos y trabajos de diseño** destacados realizados por miembros de la comunidad docente y estudiantil de CyAD-Azc, siendo requisito indispensable el aval de la institución.

Toda colaboración será sometida a dictamen del Comité Editorial, mismo que decidirá sobre la pertinencia de su publicación. La resolución será inapelable.

En todos los casos, las colaboraciones se sujetarán a los lineamientos editoriales vigentes de la División (CyAD) y sólo se recibirán aquellos trabajos que cumplan con los lineamientos establecidos en la convocatoria. (Consultar los lineamientos editoriales en: <http://chandra.uam.mx/cyad/revistacyad/index.htm>)

No se devolverán los originales y sólo los trabajos no aceptados podrán ser devueltos a petición del autor.

IMPORTANTE: El Comité se reserva el derecho de hacer los cambios editoriales que considere conveniente, previo conocimiento del autor. Sin embargo, el contenido de las colaboraciones será compromiso exclusivamente del(los) autor(es). El editor no se responsabilizará por cualquier situación anómala relacionada con créditos y derechos de autoría.

DERECHOS DE AUTORIA: a) El contenido de los artículos será responsabilidad de los autores. En ese sentido, los editores de la publicación se deslindan de cualquier circunstancia relacionada con Derechos de Autor. b) Es responsabilidad del autor obtener por escrito la autorización correspondiente para todo aquel material que forme parte de su artículo y que se encuentre protegido por la Ley de Derechos de Autor; c) En caso de presentar colaboraciones que hayan sido publicadas anteriormente, el autor informará de ello al comité editorial, y, en caso de ser aprobado su dictamen, remitirá al Consejo Editorial el permiso para su publicación; d) Los derechos patrimoniales de las colaboraciones publicadas son cedidos a la Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco para que éste se publique y distribuya tanto en versión impresa como electrónica; asimismo, el (los) autor(es) conserva(n) sus derechos morales conforme lo establece la ley; y e) Los autores podrán usar el material de su artículo en otros trabajos o libros publicados por ellos mismos, con la condición de citar a la revista como la fuente original de los textos.

LINEAMIENTOS EDITORIALES

Los trabajos se entregarán tanto en formato digital (CD) como impreso (original y dos copias) al Comité Editorial de la publicación para su dictaminación.

Nota: Solamente los trabajos cuyos autores radiquen fuera de la ciudad de México podrán ser enviados por correo electrónico a la dirección revistacyad@correo.azc.uam.mx¹, quedando excluidos de la entrega impresa; sin embargo, deberán cumplir forzosamente con el resto de las especificaciones indicadas.

Todas las colaboraciones deberán estar escritas en idioma español, de acuerdo con las siguientes especificaciones:

Para artículos:

Las aportaciones deberán contener:

- **Título y subtítulo** alusivos al contenido, sin exceder en conjunto 20 palabras.
- **Resumen** (abstract) del contenido (máximo 200 palabras).
- **Introducción.**
- **Cuerpo del documento** (aparato crítico obligatorio, citas y notas, en el caso de artículos de investigación, estudios de caso y monografías y recomendable en el caso de ensayos)
- **Conclusiones.**
- **Bibliografía** (en caso de ser requerida)

Los textos se entregarán en formato Word 97-2003 (.doc), tamaño carta (21.5 x 28 cm) y con márgenes de 2.5cm. Su extensión deberá ser entre 5 cuartillas y 10 cuartillas (13 cuartillas como máximo de incluir imágenes) e irán capturados en letra Times New Roman de 11 puntos, con 1.5 de interlínea, sin cortes de palabras. Este formato se aplicará a cuadros gráficos, mapas, esquemas, etcétera. Todas las páginas deberán estar numeradas.

Nota: El artículo completo deberá integrarse en un solo documento, sin incluir en éste datos del autor.

Para proyectos universitarios de diseño:

Las aportaciones constarán de la **síntesis del proyecto** así como un máximo de 10 fotografías o gráficos del mismo (se elegirán las fotos más representativas para su publicación) y habrán de contener:

- **Título y subtítulo** alusivos al contenido, sin exceder en conjunto 20 palabras.
- **Resumen** (abstract) del contenido (máximo 200 palabras).
- **Cuerpo del documento** (aparato crítico -citas y notas- obligatorio)
- **Conclusiones.**
- **Bibliografía** (en caso de ser requerida)

Los textos se entregarán en formato Word 97-2003 (.doc), tamaño carta (21.5 x 28 cm) y con márgenes de 2.5cm. Su extensión deberá ser de 1 cuartilla e irán capturados en letra Times New Roman de 11 puntos, con 1.5 de interlínea, sin cortes de palabras. Este formato se aplicará a cuadros gráficos, mapas, esquemas, etcétera.

En ambos casos:

Las imágenes que ilustren el texto (planos, dibujos, fotografías, cuadros y gráficas) deberán ser de buena calidad y entregadas en archivos por separado. Se solicita que las imágenes no excedan el 50% de la extensión del texto y que estén numeradas progresivamente, con los pies de cada figura ubicados en el sitio correspondiente dentro del cuerpo del texto para que sirvan como referencia para su inserción.

Todo elemento gráfico deberá presentarse tal y como se obtiene del programa o el equipo con que se hayan elaborado y presentar una calidad adecuada para su óptima reproducción (la imágenes se requieren a una resolución mínima de 300 pixeles por pulgada, en formato tif). Se anexarán las referencias precisas de localización o de contenido, así como el pie de foto. En caso de requerirlo, se le brindará asesoría para la edición fotográfica en el Taller de Difusión del Departamento de Procesos y Técnicas de Realización, Edif. H planta baja, teléfono 53 18 94 80.

Las notas y referencia bibliográficas deberán numerarse progresivamente, presentarse al pie de página correspondiente y estar redactadas conforme a los siguientes lineamientos: a) se usará la notación APA para las referencias dentro del texto, es decir: apellido del autor, año y página escrito entre paréntesis; y b) la bibliografía deberá contener en este mismo orden: nombre del autor, año de publicación (entre paréntesis), título del artículo, ciudad y editorial.

Las colaboraciones deberán conservar el anonimato, anexándose, en sobre cerrado, una ficha con la siguiente información del (los) autor(es):

- Nombre completo del autor(es) y grado académico
(en caso de ser varios autores indicar a un responsable)
- Institución de adscripción
- Domicilio
- Teléfono y fax
- Dirección de correo electrónico
- Incluir nota bibliográfica del autor sin exceder 10 líneas

En el caso de envío por correo electrónico, esta ficha deberá incluirse como archivo adjunto en el mismo correo electrónico en que sea enviado el artículo correspondiente. En el caso de los proyectos universitarios, además, deberá anexarse una carta del profesor o autoridad responsable que avale la realización del proyecto.

Las colaboraciones deberán presentarse en su versión final y completas, ya que no se admitirán cambios una vez iniciado el proceso

Fecha límite de recepción de trabajos:

Fecha de publicación:

Mayores informes: Comité Académico de la publicación

Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco. Av. San Pablo No. 180. Col.

Reynosa Tampulipas, Del. Azcapotzalco. Edificio H (P.B) Tel. 53189480

URL: <http://chandra.uam.mx/cyad/revistacyad/index.htm>

E-mail: revistacyad@correo.azc.uam.mx / tiempodedisenio@correo.azc.uam.mx

Declaración de originalidad del trabajo escrito

Título del trabajo que se presenta: _____

Nombre del autor _____

Por medio de esta comunicación se certifica que el abajo firmante soy autor original del trabajo que se presenta para su posible publicación en la revista TIEMPO DE DISEÑO editada por la DIVISIÓN DE CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-AZCAPOTZALCO. Asimismo, hago constar que los contenidos presentados son producto de mi directa contribución intelectual y que en la forma y contenido en que aquí se presenta no está siendo postulado de manera paralela a ningún otro espacio editorial para su posible publicación.

El autor del trabajo que se postula está conciente que la revista TIEMPO DE DISEÑO contempla, como parte de sus lineamientos, la obligatoria aprobación del comité académico, para la posible incorporación de un texto en su proceso editorial, y también estoy conciente que la resolución de dicho comité es inapelable.

Todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal y, en los casos que así lo requieran, se cuenta con las debidas autorizaciones de quienes poseen los derechos patrimoniales. Por lo anterior, se declara que todos los materiales que se presentan están totalmente libres de derecho de autor y, por lo tanto, me hago responsable de cualquier litigio o reclamación relacionada con derechos de propiedad intelectual, exonerando de toda responsabilidad a la UAM-AZC.

En caso de que el trabajo presentado sea aprobado para su publicación, como autor y propietario de los derechos de autor autorizo de manera ilimitada en el tiempo a la DIVISIÓN DE CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-AZCAPOTZALCO para que incluya dicho texto en la revista TIEMPO DE DISEÑO para que pueda reproducirla, editarla, distribuirla, exhibirla y comunicarla en el país y en el extranjero por medios impresos, electrónicos, CD Rom, Internet o cualquier otro medio conocido o por conocer.

De igual forma, doy mi autorización a los editores de la revista para que el artículo sea sujeto a la respectiva corrección de estilo, según los lineamientos editoriales estipulados para la publicación. Como contraprestación por la presente autorización, declaro mi conformidad de recibir dos ejemplares del número de la revista en que aparezca mi artículo.

Para constancia de lo anteriormente expuesto, se firma esta declaración a los _____ días, del mes de _____ del _____ en la ciudad de _____.

Nombre

Firma

Documento de identificación

* Se anexa copia del documento de identificación oficial.

Planeación y Desarrollo de Publicaciones Institucionales de Diseño.

Tiempo de Diseño: un caso de estudio.

terminó de imprimirse en la Ciudad de México
en el mes de julio de 2013.

El tiraje consta de 10 ejemplares.

Se prohíbe su reproducción parcial o total sin el consentimiento expreso y por escrito de su autora, de lo contrario su alma será severamente castigada por el Dios de los Libros y eternamente torturada en los infiernos editoriales.

