



Universidad Autónoma Metropolitana - Unidad Xochimilco
Maestría en Diseño y Producción Editorial
Idónea Comunicación de Resultados

Habla México

**Material multimedia sobre la cultura mexicana con actividades, ejercicios
y otros complementos para la enseñanza o el aprendizaje del español
como lengua extranjera (ELE)**

María José Ramos de Hoyos

Asesora: Mtra. Adriana María Hernández Sandoval

A Eseiten, mi gran amiga

Agradecimientos

Quisiera expresar mi sincero agradecimiento a todas las personas que me apoyaron para realizar este trabajo.

Gracias a mis maestros de la Maestría en Diseño y Producción Editorial, especialmente a mi paciente asesora Adriana Hernández, a mis lectores Carlos Anaya y Beatriz Granda, y a mi profesor de diseño Víctor Martínez; todos ellos siguieron de cerca la gestación y el desarrollo de este proyecto: su guía, su ayuda y sus comentarios y sugerencias fueron indispensables para llevarlo a cabo.

Gracias a mis amigos y compañeros de la maestría: su enorme experiencia en el campo editorial enriqueció significativamente mi propia formación; gracias además por los grandes momentos que compartimos dentro y fuera de la universidad.

Y gracias a mi familia y a mis amigos por acompañarme en esta nueva (y espero que última) aventura de estudios.

Índice

1. Introducción / 9

2. Estudio de mercado / 11
 - 2.1 Los usuarios del sitio *Habla México* / 20

3. El proyecto *Habla México* / 25
 - 3.1 Nombre del proyecto / 33
 - 3.2 Ficha de marketing / 35
 - 3.3 FODA / 36
 - 3.4 La planeación estratégica / 37
 - 3.5 Organización del trabajo / 41

4. El producto editorial / 57
 - 4.1 Aspectos económicos / 58
 - 4.2 Sustentabilidad / 63
 - 4.3 Aspectos legales / 64
 - 4.4 Características de la producción / 68
 - 4.5 Estrategias de distribución, comercialización, promoción y difusión / 72
 - 4.6 Normas de diseño / 76
 - 4.7 Normas de corrección, de estilo editorial y de estilo tipográfico / 87

5. Referencias / 89

- Anexo I Catálogo de lecturas graduadas en español / 91
- Anexo II Lista de páginas digitales relacionadas / 96
- Anexo III El estudio etnográfico y las entrevistas / 101
- Anexo IV Prontuario *Habla México* / 154

1. Introducción

Este proyecto —resultado de mis estudios de la Maestría en Diseño y Producción Editorial en la UAM-Xochimilco—, nace como un esfuerzo por colaborar en el fortalecimiento de la presencia de México en el ámbito de la creación de productos editoriales didácticos del idioma español. *Habla México* funcionará como una pequeña editorial comercial independiente y privada que ofrecerá un sitio de internet de alcance global, con materiales multimedia de alta calidad sobre la cultura mexicana, acompañados de complementos (propuestas de actividades, ejercicios de práctica y recursos digitales aplicados a la didáctica del español) que servirán de apoyo para la enseñanza y el aprendizaje del español como lengua extranjera (ELE). El sitio estará dirigido principalmente a profesores y estudiantes de ELE, pero también puede resultarles útil a hispanohablantes que quieran profundizar en el conocimiento de su propia lengua, profesores de español para hispanohablantes, personas interesadas en la cultura mexicana, hispanistas, traductores, lingüistas, turistas, promotores de nuestra cultura, entre otros.

El diseño y los contenidos del sitio estarán basados en el enfoque comunicativo de la enseñanza de las lenguas y, por ello, procurarán reflejar de manera auténtica la variante mexicana del español, así como una amplia gama de objetivos comunicativos y culturales. Los materiales multimedia —creados para que el usuario escuche, vea y lea el español y a sus hablantes mexicanos— además de ser originales, serán breves (en cuanto a su extensión o a la cantidad de ideas que incluyan), con el fin de facilitar la comprensión y la retención de información a los usuarios inexpertos en el idioma español. Sin embargo, se procurará que éstos aparezcan completos o contextualizados, para no cancelar la posibilidad de que los lectores sean capaces de captar el sentido global de la situación comunicativa. Tanto para la selección de los materiales multimedia y los complementos, como para su creación a solicitud de la editorial, se contará con la ayuda y colaboración de especialistas en lingüística aplicada, en didáctica del español y en diferentes aspectos de nuestra cultura.

La presentación de los contenidos del sitio estará diseñada cuidadosamente con el objetivo de que éstos puedan ser utilizados tanto en las aulas como de manera autodidacta —también podrán imprimirse o reenviarse—. Se quiere que la experiencia de uso del sitio *Habla México* sea amable y eficiente, por lo que los materiales multimedia se clasificarán a partir de los siguientes criterios:

- Usuarios: profesores, estudiantes.
- Niveles del ELE: principiantes, intermedios o avanzados.
- Objetivos de la enseñanza/ aprendizaje de ELE que se quieren trabajar: gramática, vocabulario, ortografía, pronunciación o funciones.
- Temas sobre la cultura mexicana: naturaleza, historia, economía, sociedad, cultura, arte, sitios de interés.

Gracias a las posibilidades digitales se puede asegurar la actualización constante del sitio y mantener una comunicación interactiva con los usuarios, y además ofrecer importantes innovaciones en cuanto a la presentación de los materiales y complementos (por ejemplo, glosas a términos difíciles hechas en diferentes lenguas, con imágenes o con sonidos; o subtítulos simultáneos en los audios).

Este sitio de internet es viable económicamente gracias a dos características importantes. La primera es que los materiales serán de costo moderado por consulta o descarga. La segunda, que el sitio formará parte de un proyecto más extenso, que se va a constituir como una asociación civil con carácter de instituto; ésta incluirá:

- a) cursos de capacitación para profesores de español como lengua extranjera;
- b) la organización de viajes para grupos de estudiantes del español pensados específicamente para que pongan en práctica sus competencias en la lengua (lingüísticas, sociolingüísticas y pragmáticas) con los hablantes nativos mexicanos y en atractivos sitios de interés en la República Mexicana;
- c) publicaciones,
- d) y servicios de publicidad.

Con base en todo lo anterior, el argumento fundamental de este proyecto editorial afirma: “*Habla México* te acerca a nuestra cultura, a su lengua y a su gente”.

2. Estudio de mercado

Los métodos didácticos de enseñanza del español como lengua extranjera basados en enfoques, ya no estructurales, funcionales o conductuales, sino más bien orientados hacia el proceso o las condiciones del aprendizaje de la lengua tienen pocos años de existencia: comienzan a gestarse en la década de los ochenta del siglo pasado. Aún así, el desarrollo de libros de texto para ELE que ofrecen estos nuevos métodos ha sido vertiginoso¹. Igualmente ha sido muy rápido, a partir de entonces, el desarrollo de asociaciones y congresos que se dedican al idioma español. Por ejemplo, la Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ASELE), fundada en 1987 “con el objetivo de crear cauces que orientaran el interés creciente suscitado por el español en todo el mundo. Igualmente pretendía responder a la necesidad de establecer foros abiertos que sirvieran para intercambiar ideas y experiencias y para recibir formación e información”². Otro ejemplo representativo es el Congreso Internacional de la Lengua Española, un foro organizado cada tres años en el que se reflexiona sobre la situación, los problemas y los retos del español. Por otra parte, en 1991, se fundó en España el Instituto Cervantes, una institución pública creada “para promocionar el español y las lenguas cooficiales de España y difundir la cultura de los países hispanohablantes”³; este instituto no sólo “está presente en 77 ciudades de 44 países en los cinco

1 Hasta 1940, dominó en el campo de la enseñanza del español como lengua extranjera el método gramática-traducción. Más adelante éste fue sustituido por el método directo/Berlitz y los métodos estructurales: oral o situacional (Inglaterra), audio-oral (Estados Unidos) y audiovisual (Francia), los cuales fueron los más utilizados entre 1960 y 1980. La oferta de libros de texto que enseñaban el español bajo estos primeros métodos formales fue sumamente escasa comparada con la apabullante oferta que actualmente hay de libros que siguen los métodos más recientes, como el enfoque humanístico y, sobre todo, la enseñanza comunicativa.

2 En http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/default.htm. Hasta ahora la asociación ha organizado diecinueve congresos cuyas actas se pueden consultar en la página digital del Instituto Cervantes.

3 El Instituto Cervantes, en www.cervantes.es.

4 *Idem*.

continentes”⁴, sino que además creó en 1997 su propio sitio de internet, llamado Centro Virtual Cervantes, en donde “ofrece materiales y servicios para los profesores de español, los estudiantes, los traductores, los periodistas y otros profesionales que trabajan con la lengua, así como para los hispanistas de todo el mundo, y para cualquier persona interesada en la lengua española, su cultura y la situación del español en la Red”⁵.

Dicho auge responde a múltiples factores. Para empezar, actualmente el español es la segunda lengua con más hablantes alrededor del mundo (500 millones aproximadamente), y su número se incrementa incesantemente (la UNESCO estima que serán aproximadamente 600 millones en el año 2050); en consecuencia, también la necesidad de la adquisición de la lengua se ha visto reforzada e incrementada. Pero además de una gran demanda y de que se ha comprobado la efectividad de los nuevos métodos de enseñanza, las ventajas económicas y políticas que implica la enseñanza de nuestro idioma se han vuelto cada vez más evidentes, tanto desde el punto de vista de las ganancias directas del ámbito educativo, como de la industria cultural, el turismo, la edición, la inversión extranjera, etcétera⁶. Tan sólo en España, la lengua genera alrededor del 15.6% del Producto Interno Bruto, y en el año 2009 (antes de que se sintieran los efectos de las recientes crisis económicas en las estadísticas de empleo), más de tres millones de personas poseían un trabajo relacionado con la enseñanza de la lengua⁷. Como explica José Luis Barbería en un artículo de 2007 titulado “España descubre el petróleo de la lengua”, sin que esto signifique necesariamente el futuro dominio del idioma español frente al inglés, es un hecho que las posibilidades que ofrece la explotación cultural de la lengua son inmensas: “Tras su largo letargo histórico, nuestro país descubre que tiene en su idioma una materia prima estratégica de primer orden, que no se gasta ni contamina y que, por el contrario, crece y gana en valor a medida de que su uso se expande y aumenta la comunidad del habla”⁸.

5 Centro Virtual Cervantes, en cvc.cervantes.es.

6 Lo anterior tuvo como consecuencia que en 2008 se organizara en España el *Congreso Internacional sobre el Español como valor y recurso cultural, turístico y económico*, cuyo denso y variado programa se puede consultar en: www.cervantes.es/imagenes/File/lengua/jornadas/ele_valor_prog.pdf

7 “La lengua española genera el 15% del PIB”, *La voz libre*, 4 de diciembre de 2009, en: <http://www.lavozlibre.com/noticias/ampliar/23431/la-lengua-espanola-genera-el-156-del-pib>.

8 José Luis Barbería, “España descubre el petróleo de la lengua”, *El País*, 24 de marzo de 2007.

En consecuencia, hoy son varias las editoriales especializadas en la producción de métodos y materiales de ELE que ofrecen todo tipo de productos editoriales, especialmente a partir de 1999 (pues antes los métodos de la enseñanza del español eran producidos principalmente por la editorial francesa Hachette). Entre las más fuertes de este tipo de editoriales se encuentran Anaya ELE, Difusión, Edelsa, Edinumen, EnClaveELE, Habla con Eñe, Santillana ELE, SGEL ELE y SM.

Como se puede observar, no aparece en la lista ninguna editorial hispanoamericana; las nueve son españolas. Evidentemente, en sus métodos predomina la variante del español de la península europea. Por si fuera poco, esta fuerte tendencia se vuelve todavía más drástica si se considera que la mayoría de los textos didácticos que ellas producen sigue el enfoque comunicativo. ¿Por qué es importante esto? Pues porque este enfoque enseña la lengua propiciando el desarrollo de las competencias comunicativas—lingüísticas, sociolingüísticas y pragmáticas— a partir de cuatro destrezas básicas: hablar, escribir, escuchar y leer, y simulando situaciones de la vida real; por lo tanto, es de suma importancia considerar el contexto sociocultural en el que se utiliza el sistema lingüístico en cuestión. Además, este enfoque toma muy en cuenta el sentido de los actos de habla, así como los intereses del individuo o del grupo que estudia la lengua; en él, el estudiante producirá mensajes siempre en interacción con los demás (aunque “el otro” aparezca sólo en condición de destinatario potencial)⁹. Se puede afirmar que la mayoría de los libros didácticos de ELE que existen en el mercado actualmente—casi todos con un eje temático relacionado con aspectos socioculturales dadas las características del enfoque comunicativo por el que se guían—, giran en torno a la cultura española, y sólo esporádicamente hacen referencia a otras zonas geopolíticas de habla hispana.

Ciertamente, son muy pocos los proyectos españoles que consideran las necesidades de la enseñanza y el aprendizaje del español desde la perspectiva hispanoamericana. Uno de ellos es *AULA LATINA* (2004), creado por la editorial española Difusión en colaboración con el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (México). En la introducción de este método se aclara:

9 María de Lourdes Otero, “Enfoques y métodos en la enseñanza de lenguas en un curso hacia la competencia comunicativa: ¿dónde entra la gramática?”, en *IX Congreso Internacional de ASELE*, Universidad de Santiago de Compostela, 1998, pp. 419-425. Véase también Ana María Maqueo, *Lengua, aprendizaje y enseñanza. El enfoque comunicativo: de la teoría a la práctica*, Limusa, México, 2004.

AULA LATINA nace como respuesta a la necesidad creciente de materiales didácticos adecuados a la enseñanza del español como lengua extranjera en México.

En los últimos años, México se ha convertido en un destino educativo cada vez más atractivo y ha despertado el interés de personas de todo el mundo que quieren aprender, en el contexto latinoamericano, una lengua universal como el español. [...] Hasta ahora, sin embargo, en México la oferta de materiales didácticos adecuados para la enseñanza del español es escasa y no siempre responde a las necesidades y a las condiciones de los proyectos educativos de los centros dedicados a la enseñanza del español como lengua extranjera.

Merece la pena señalar que la gran mayoría de los materiales al alcance de los docentes mexicanos está elaborada por especialistas extranjeros y se dirige a un público con características diferentes. Dichos materiales, además, están diseñados para ser utilizados en entornos educativos distintos a los de México o Centroamérica y, por tanto, no reflejan fielmente nuestro uso de la lengua ni los rasgos de nuestra cultura.

De esta situación surge la idea de publicar *AULA LATINA* [...]

Asimismo, el Centro de Enseñanza Para Extranjeros (CEPE) de la UNAM produjo otros tres importantes proyectos educativos de ELE adecuados a las necesidades de los profesores y los alumnos en el mundo hispanoamericano, especialmente en México: de forma independiente publicó *Pido la palabra* (1988); y más tarde, en convenio con la Editorial Santillana, del grupo empresarial español PRISA, los métodos *¡Estoy listo!* (2003) y *Así hablamos* (2008). En la presentación de este último, se lee:

Con la publicación de la serie *Así hablamos. Español como lengua extranjera*, el Centro de Enseñanza para Extranjeros de la UNAM—que en el año 2007 adecuó su estructura curricular a los niveles del *MCERL* [*Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*—]—contribuye a ampliar la oferta de materiales de enseñanza de español en los ámbitos nacional e internacional y a incrementar la presencia de la variedad mexicana del español y de los repertorios culturales que la acompañan. Un grano de arena más en la construcción de la unidad, dentro de la diversidad.

Con esta misma intención, a finales del 2014 el CEPE presentó su nueva serie de libros (ocho niveles) titulada *Dicho y hecho. Español como lengua extranjera*.

Ahora bien, si en el campo de la producción editorial de métodos didácticos de ELE los hispanoamericanos nos hemos rezagado, en el área de producción de material de lectura y audio como apoyo a la comprensión lectora y oral, la distancia es todavía más radical. A pesar de la alta demanda de estos materiales de lecturas graduadas acompañadas de audio, imágenes o video, la cual se puede constatar en la gran cantidad y variedad de colecciones y materiales producidos por las editoriales españolas antes mencionadas, y en el hecho de que éstas han descubierto un nicho de mercado potencialmente interesado el mundo hispanoamericano (véase Anexo I, un catálogo de los numerosos materiales de lectura y audio o video publicados por estas editoriales hasta el 2012, en el que aparecen destacados aquellos que se relacionan con Hispanoamérica), aún no existe en los países hispanohablantes de América una editorial, una instancia cultural o una institución educativa dedicada a crear este tipo de producto editorial que sea de alcance internacional.

La necesidad de tener a la mano lecturas para la enseñanza del idioma español (no sólo en la variante peninsular) y para el acercamiento a nuestras culturas hispanoamericanas, con énfasis en la cultura mexicana, fue detectada desde hace muchos años por distintos autores. Salvador Novo, por ejemplo, publicó en 1925 una selección de lecturas para alumnos extranjeros que tituló *Lecturas hispanoamericanas* (Secretaría de Educación Pública, México); asimismo, María de la Luz Grovas escribió un libro titulado *Panorama de México: la capital, el Distrito Federal y algunos datos generales. Lecturas como base para la conversación* (UNAM, México, 1946); por su parte, Salvador Elizondo editó el *Museo poético. Antología didáctica de la poesía mexicana moderna para uso de los estudiantes extranjeros* (UNAM, México, 1974).

Más tarde, en la década de los ochenta, en el CEPE crearon varios materiales como complemento a sus libros de texto, tanto de apoyo a la expresión oral, la comprensión auditiva y la comprensión lectora, como síntesis o antologías sobre diferentes temas: geografía, historia de México, historia prehispánica, organización política, arte y cultura, etcétera; no obstante, fueron textos creados sobre todo para uso interno y su circulación fue sumamente limitada. Recientemente, en el sitio web del CEPE apareció, dentro de las “Actividades en Línea” ofrecidas, una opción de “Material didáctico” llamada “Literatura a la Carta”; como ahí mismo se explica: “es un sitio web en donde puedes encontrar textos literarios ordenados por nivel de complejidad (básico, básico+, intermedio

y avanzado), por autores y por temas. Cada obra está acompañada de una nota biográfica del escritor, glosario y actividades¹⁰. Hasta ahora el catálogo del sitio se conforma por cuarenta lecturas y las actividades son básicamente unas cuantas preguntas de comprensión de lectura (de opción múltiple o de verdadero/falso). Junto a esta opción de lecturas en línea también se anuncia otra titulada “México Básico”, un sitio que al parecer todavía se encuentra en proceso de creación. Ambos proyectos resultan sumamente valiosos y constatan la necesidad actual de este tipo de materiales y sobre todo de su más amplia difusión.

Se puede afirmar, pues, que ni dichos productos nacionales o los pocos que hay hispanoamericanos, ni los materiales de lectura y audio producidos en España logran cubrir del todo el déficit de estos materiales en español, ni cubren las necesidades específicas de los profesores y estudiantes de la lengua en Hispanoamérica. En lo que respecta a las ediciones españolas, a pesar de que son muchas, en primer lugar, éstas no están a la venta en las librerías más grandes de México, ni se encuentran todavía en las bibliotecas nacionales¹¹, por lo que se puede suponer que tampoco están disponibles en otros países de América¹². En segundo lugar, las editoriales españolas tratan los temas de nuestras culturas todavía desde un punto de vista externo, sesgado y muchas veces estereotipado.

Tómese como ejemplo el audiolibro *Los jóvenes mexicanos* (2012) perteneciente a la colección *Marca América Latina*, de la editorial Difusión. Cabe señalar que su autora, Miryam Auddifred, radicada en Londres, es periodista de profesión y trabaja como articulista, escritora fantasma¹³ y traductora para revistas como *Quo* de México y *Caras* de Chile, información que no ayuda mucho

10 En <http://www.literaturaalacarta.cepe.unam.mx/>.

11 En la biblioteca especializada del CEPE, únicamente se pueden encontrar dos ejemplares de una de las colecciones de Santillana (*Asesinato en el barrio gótico*, 2008, y *El secreto de Cristóbal Colón*, 2008), uno de la editorial Difusión (*¿Eres tú, María?*, 2003), y cuatro libros de la serie *Textos literarios y ejercicios* de la editorial Anaya; por lo demás, su adquisición fue bastante azarosa, según lo que me contó en una entrevista la Lic. Rebeca García, encargada de esta biblioteca: fue gracias a que la maestra Claudia Cárdenas, la directora del Departamento de Español de ese entonces, visitó España, vio estos materiales y solicitó algunos ejemplares para la biblioteca.

12 Excepción a la presumible regla es la editorial y librería argentina Voces del Sur, abocada a recopilar y difundir los materiales disponibles, tanto nacionales como internacionales. En su catálogo los productos de las editoriales españolas tienen una presencia mayoritaria. De aproximadamente 100 lecturas graduadas, sólo una es producida por Voces del Sur; las demás son españolas.

13 El término original en inglés es *ghostwriter*. Se refiere a un escritor que profesionalmente se dedica a crear textos que son acreditados oficialmente a otra persona.

para conformar el perfil de alguien serio y experto en el tema. Pero tan sólo por el contenido de *Los jóvenes de México*, cualquiera puede sospechar que la autora no pertenece a nuestra cultura ni la conoce más que en su superficie: la información que recopila se basa fundamentalmente en los datos que arroja una Encuesta Nacional de Juventud. Por si fuera poco, la voz que se escucha en el material de muestra promocional del audiolibro, por su pronunciación y entonación, no llega a ser representante del habla mexicana (se siente extraña, por no decir bastante artificial), y la descripción que hace de nuestra juventud utiliza expresiones ajenas a nuestro contexto cultural:

Pero, ¿cómo son los chicos mexicanos? Según la Encuesta Nacional de Juventud, son parranderos, porque lo que más les gusta es estar con sus amigos. A los jóvenes mexicanos les encanta organizar fiestas e improvisar reuniones, porque piensan que cualquier motivo es bueno para pasar un buen rato con los cuates. También son muy *familieros*. A diferencia de muchos países de Europa, donde los chicos se van a vivir solos a los 18 o 19 años, en México los jóvenes no tienen prisa por abandonar la casa de sus padres. Les gusta tanto la comodidad del hogar que más de la mitad de los chicos mexicanos vive con sus padres hasta los 25 años, cuando deciden vivir con su pareja y formar su propia familia [yo subrayo]¹⁴.

No creo que ningún joven mexicano utilice la expresión “ser familiar” ni tampoco me parece que las muchas y complejas causas por las que los jóvenes mexicanos tardan en salirse de casa de sus padres se puedan reducir a su “gusto por la comodidad del hogar”.

En fin, otras alternativas para solucionar la carencia de materiales didácticos apropiados han nacido a partir del esfuerzo particular de los mismos profesores de la lengua española, quienes buscan por sus propios medios satisfacer sus necesidades en las aulas. Ellos han generado de manera independiente o en pequeños grupos de trabajo materiales complementarios para enseñar a los estudiantes aspectos específicos de la lengua, así como temas relacionados con las culturas que la hablan. De esta manera es como han nacido pequeñas editoriales como la norteamericana Sosnowski Language Resources o la canadiense Miraflores. Esta última, fundada en Montreal en

14 En http://www.difusion.com/uploads/telechargements/catalogue/ele/lecturas_graduadas/marca_america_latina/marca_america_latina_jovenes_mexicanos.mp3.

1994, es una de las pocas que se dedica a explorar temas relacionados con Hispanoamérica, por las razones que explica en su página digital:

Miraflores nació de la frustración de su fundadora, Eva Neisser Echenberg, al no encontrar materiales culturales para sus propios estudiantes. El momento clave fue durante una clase cuando preguntó a los estudiantes que ya estaban estudiando el subjuntivo, que le indiquen [*sic*] varias diferencias entre Honduras y Argentina. Ni un solo estudiante podía encontrar ambos países en un mapa ni tampoco indicar las importantes diferencias entre estos dos países. Fue en ese momento que se dijo que algo andaba muy mal en la clase. Buscó materiales, no los encontró y se puso a escribir¹⁵.

Desafortunadamente, todos estos esfuerzos se encuentran dispersos y tienen muy poca o nula difusión como producto editorial. La red internacional Todoele.net: recursos, materiales e información para profesores de español como lengua extranjera y segunda, la cual alberga a una comunidad de 8700 miembros, constituye quizá uno de los medios más efectivos para publicar u obtener estos materiales vía internet. No obstante, la opinión directa de los profesores de español que consulté personalmente al respecto es que ni siquiera este tipo de redes sociales resulta del todo suficiente. Si bien los materiales que registran son innumerables, no responden a un programa coherente, ni están organizados de una forma que facilite encontrar lo que uno busca (sólo dan nombres y vínculos de páginas digitales, editoriales, centros de educación, catálogos, etcétera); además, tampoco nada garantiza un buen nivel de calidad de estos materiales. En consecuencia, la experiencia de consulta no deja de ser abrumadora. Resulta todo un reto para los profesores encontrar información, materiales o actividades de calidad específicamente sobre lo que ellos necesitan. Tan sólo la búsqueda de páginas digitales que ofrezcan recursos didácticos para ELE arroja aproximadamente 200 resultados, mientras que se comparten los datos y vínculos a vastos catálogos de más de 20 editoriales especializadas en el tema.

Paralelamente, hay otros factores que habría que considerar al evaluar los recursos y los medios dedicados al ELE existentes actualmente en el mercado, tanto impresos como digitales. Me refiero a la grande y, en ocasiones, conflictiva distancia entre quienes privilegian la enseñanza de la lengua

15 La página de la editorial, en donde se encuentra esta información, es www.miraflores.com.

por encima de los temas con los que se trabaja, y aquellos otros que le dan prioridad a la ilustración de diferentes aspectos socioculturales, sin considerar, al hacerlo, las capacidades o posibilidades de entendimiento de los estudiantes a los que se dirigen. Además, en el mejor de los casos los materiales están clasificados por niveles de complejidad, pero muy pocos de ellos precisan si están diseñados para enseñar, ampliar, reforzar, practicar, evaluar, etcétera, un determinado aspecto de la lengua. En otras palabras, en cuanto al ámbito digital (véase en Anexo II una lista de las páginas digitales relacionadas con este proyecto), son relativamente escasas las páginas de internet dedicadas al ELE que toman como uno de sus ejes centrales aspectos culturales, o que los presentan de manera coherente y bien organizada¹⁶. En el polo extremo opuesto, existen excelentes propuestas de sitios de internet que reúnen muchos materiales sobre la cultura mexicana, pero sus creadores definitivamente no consideran la posibilidad de que sus lectores pudieran llegar a querer practicar o ampliar sus conocimientos del idioma español aprovechando sus contenidos; en el mejor de los casos simplemente dan la opción de consultar los contenidos en su traducción al inglés¹⁷.

Tomando en cuenta la información aquí expuesta, no resulta sorprendente que todos los especialistas que hasta ahora he consultado —editores que trabajan con materiales de didáctica de la lengua, directores o coordinadores de varios centros de enseñanza de lenguas o de sus departamentos de Español en instituciones educativas mexicanas públicas y privadas, encargados de bibliotecas especializadas y profesores con muchos años de experiencia— coincidan en que es necesaria y pertinente la creación de un proyecto editorial que desde Hispanoamérica satisfaga la necesidad de materiales multimedia complementarios para profesores y estudiantes del español como lengua extranjera, que no sólo ayuden a conocer mejor el idioma, sino también la variedad de culturas que lo hablan.

¹⁶ Apenas 15% de las páginas que se anuncian en el sitio www.todo.ele. Entre las mejores de ellas en cuanto a su diseño y contenido están la página del sitio de la BBC de Londres dedicada al español, dirigida sobre todo a estudiantes anglohablantes; y *Zambombazo*, otra página desarrollada por un profesor de español estadounidense, que ofrece una variada y sorprendentemente amena oferta de actividades basadas en productos culturales auténticos como videoclips, canciones, tiras, noticieros, etcétera

¹⁷ Excelentes páginas de internet de este tipo son *Arte e historia de México*, publicada desde 1996 por Manuel Zavala Alonso; la página del Instituto Nacional de Antropología e Historia; la de la Dirección General de Culturas Populares, o la de la revista *Artes de México*, por nombrar sólo algunas.

2.1 Los usuarios del sitio de internet Habla México

Una gran ventaja que tiene el aspecto editorial del proyecto *Habla México* es el alcance y la inmediatez de su medio de distribución principal: la red de internet. Al ser una publicación digital, puede llegar con mucho mayor facilidad a un gran número de personas interesadas en el español en todo el mundo. El único requisito es que éstas puedan acceder a internet, pero la mayoría está acostumbrada a utilizar la red para la consulta y uso de este tipo de materiales didácticos o de información general: les resulta más práctico e inmediato, y la oferta de lo que encuentran por este medio es sumamente amplia y variada. Por esta razón, las dinámicas en las clases de idiomas han cambiado radicalmente. Para la consulta de un dato específico, por ejemplo, en lugar de usar diccionarios impresos o libros de texto, casi todos los alumnos recurren a la información que pueden encontrar en pocos segundos en internet a través de sus computadoras o dispositivos móviles personales, y esa información ya no sólo es textual, sino multimedia, dinámica, hipertextual y además muchas veces los invita a la interactividad; igualmente, cada vez es más común que cuando un alumno o profesor desea expresarse sobre algún aspecto particular de su cultura o de su lugar de origen, no dude en buscar elementos en la red que enriquezcan su mensaje.

No obstante, también hay un aspecto negativo en todo esto: es tanta la información que se puede encontrar en la red que los alumnos y los profesores de idiomas se ven abrumados, pues no tienen las herramientas ni el tiempo necesario para poder discernir entre la calidad y la pertinencia de los materiales que encuentra, y así poder seleccionar los que les parezcan mejores o más adecuados a sus objetivos. Éste es uno de los mayores retos del sitio *Habla México*: además de garantizar la alta calidad, autenticidad y pertinencia de sus materiales, tiene que destacar por encima de los productos que ofrece la competencia. Sólo así podrá alcanzar la confianza y fidelidad de un número de usuarios cada vez mayor.

El público meta principal del sitio de internet *Habla México* son los docentes y estudiantes

del español como segunda lengua, especialmente los interesados en conocer (o dar a conocer) más a fondo la variantes lingüísticas y la cultura de nuestro país. Sin embargo, también podrá ser de interés para hispanohablantes que quieran profundizar en el conocimiento de su propia lengua, profesores de español para hispanohablantes, personas interesadas en la cultura mexicana, hispanistas, traductores, lingüistas, turistas, promotores de nuestra cultura, entre otros públicos potenciales o complementarios.

Definir el perfil socioeconómico, demográfico y psicográfico de nuestro principal público meta es una tarea sumamente difícil, dada la enorme heterogeneidad del conjunto (por sus diferencias culturales, de nacionalidad, de disciplinas o profesiones, de intereses, de necesidades, etcétera). Sin embargo, algunos rasgos comunes resultan evidentes y serán determinantes para la toma de decisiones editoriales:

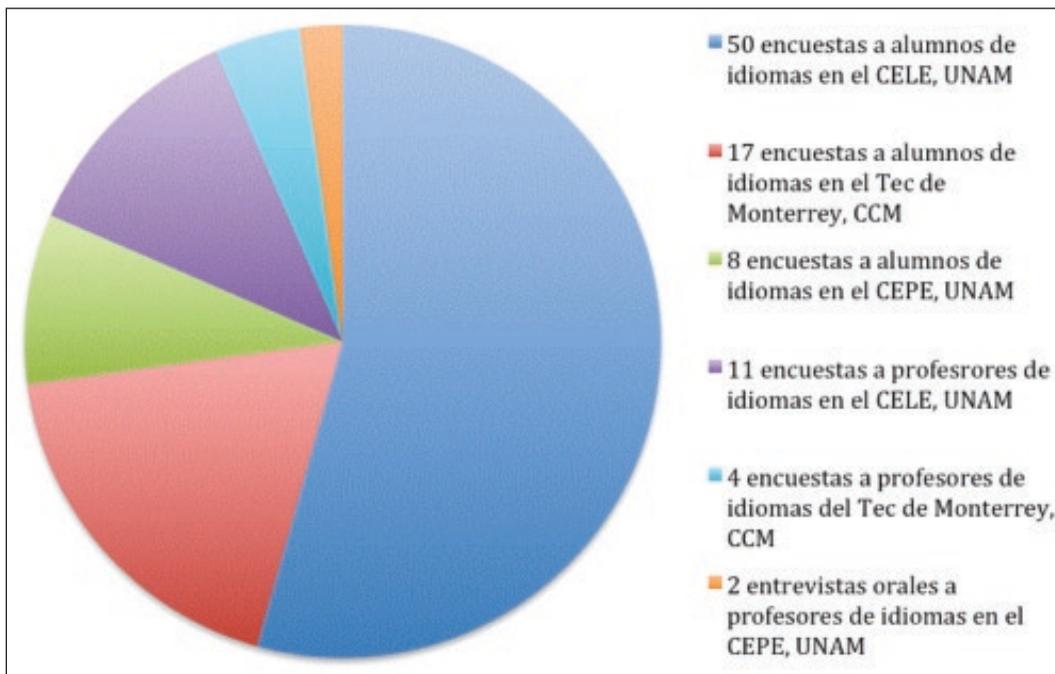
a) Edad: la mayoría de los estudiantes de una segunda lengua son adultos jóvenes, con una edad promedio entre los 17 y los 35 años; los profesores de lenguas comienzan a impartir clases alrededor de los 20 años, y muchos de ellos permanecen en la misma profesión durante varias décadas.

b) Nivel socioeconómico: el nivel socioeconómico de los estudiantes de idiomas suele ser relativamente alto, pues muchos de ellos lo hacen para estudiar, trabajar o vivir en el extranjero, y por ende, deben tener cierta movilidad. En cambio, los profesores de idiomas por lo general reciben un sueldo modesto (por lo menos así es aquí en México). La gran mayoría de estudiantes y profesores de una segunda lengua viven en zonas urbanas.

c) Nivel educativo: el interés o la necesidad por aprender una segunda lengua implica un nivel cultural alto y una tendencia cultural académica. La mayoría de los usuarios del sitio serán estudiantes universitarios, y muchos de ellos de posgrado; la mayoría de los profesores de idiomas tienen estudios por lo menos de licenciatura o sus equivalentes, generalmente en las carreras de Lingüística, Letras, Pedagogía o Comunicaciones.

d) Hábitos de lectura: es posible identificar una relación directa entre el interés por aprender una segunda lengua y el gusto por la lectura (no así cuando esta tarea se hace por obligación o como requisito). Además, puede afirmarse que el cien por ciento de los lectores meta de este proyecto están acostumbrados a utilizar el internet como herramienta de información y comunicación.

Con el fin de conocer mejor cualitativamente a los usuarios de Habla México, he realizado un primer estudio etnográfico de acercamiento al problema, estudio que implicó varias entrevistas orales: al Dr. Jan-Cornelius Schulz, fundador y director de la editorial y librería Herder México, especializada en materiales de enseñanza de lenguas; a la Dra. Laura Gabriela García Landa, directora del Departamento de Lingüística Aplicada del Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras (CELE), de la UNAM; a la Mtra. Ana Luisa Fontes, coordinadora y docente de las materias de español del Centro de Lenguas del Instituto Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México; a la Dra. Beatriz Granda Dahan, entonces coordinadora del Área de Español del CEPE; y a la Lic. Rebeca García, encargada de la biblioteca Simón Bolívar del CEPE, cuyo acervo está especializado en enseñanza del español como segunda lengua, y en arte, historia, literatura de México e Hispanoamérica y estudios chicanos. Asimismo, dicho estudio incluyó encuestas por escrito dirigidas a alumnos y profesores de una institución educativa pública y de una privada; las respuestas recabadas provienen de:



Cabe mencionar que algunos de los consultados en nuestro estudio aquí mencionados fueron coautores de los métodos *AULA LATINA* y *Así hablamos*.

Los objetivos, el desarrollo y los resultados de este estudio etnográfico se describen ampliamente en el Anexo III de este trabajo. Ahí también se aclara qué tipo de preguntas se plantearon en las entrevistas, se adjunta una muestra de los cuestionarios escritos que se aplicaron y se detallan las condiciones en las que ambos, entrevistas y encuestas escritas, fueron realizados. Aquí me limito a presentar sólo algunas conclusiones a las que pude llegar gracias a la información recabada en el estudio:

a) Hay una clara necesidad de contar con materiales didácticos del español que complementen los libros de texto (los cuales, por sí solos no son suficientes). Es pertinente que estos materiales sean multimedia (pues se trabajan varias capacidades comunicativas a la vez) y resulta atinado difundirlos a través de internet, no sólo por la rapidez y la facilidad al transmitir información, sino también porque todos los encuestados lo utilizan y en ellos hay una aceptación muy amplia de la lectura en pantalla y de la búsqueda de materiales por este medio.

b) Una de las principales razones por las que se estudia una lengua, según los resultados, es por gusto. Otras son: requisito académico, oportunidades de trabajo, estudios en el extranjero, vivir en el extranjero, viajar, ampliar cultura, relaciones personales, para comunicarse con otras personas. Aunque la forma de aprendizaje más común es asistiendo a clases, también es frecuente que se haga de manera autodidacta.

c) Casi 100% de los encuestados o entrevistados aseguró que le gusta leer. En cuanto a las decisiones tomadas (o recomendadas) al enfrentarse a textos en otras lenguas, y sus intereses por géneros literarios o por temas, no se puede observar ningún patrón: las respuestas son sumamente variadas.

d) Es completamente aceptado el hecho de que la lectura de textos en otra lengua es indispensable para el aprendizaje de ésta. Sin embargo, varios alumnos coincidieron en señalar que leer no es suficiente para conocer una cultura, sino que es necesaria la experiencia del contacto directo con la misma.

Como estrategias futuras para conocer mejor a los usuarios de este sitio de internet, considero que sería muy apropiado y provechoso profundizar el estudio etnográfico realizado en una segunda

etapa para analizar la percepción y las reacciones que tengan los lectores ante el primer *dummy* o modelo funcional del sitio de internet *Habla México* y ante algunos de los primeros contenidos generados. También me propongo empezar yo misma a impartir clases de español a extranjeros aquí en México, con el fin de llegar a conocer mejor esta experiencia didáctica (sus características, sus retos y sus áreas de oportunidad) desde un punto de vista más directo y real.

En cuanto al análisis del público de este proyecto desde el punto de vista cuantitativo, sería importante averiguar determinadas cifras que puedan ser de suma utilidad: cuántos extranjeros visitan México anualmente, cuántos de ellos vienen a estudiar, cuántos institutos de enseñanza de español hay en el mundo y cuántos en México, cuántos profesores de español certificados hay en el país, cuántos alumnos presentan en México su Examen de Certificación del Español como Lengua Extranjera (ECELE)¹⁸, qué porcentaje del PIB de México proviene de la enseñanza de la lengua o de áreas relacionadas con ésta.

¹⁸ Desde hace pocos años y a través del Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior (CENEVAL), en México ya se puede realizar el Examen de Certificación del Español como Lengua Extranjera (ECELE), con validez nacional e internacional, para propósitos laborales o académicos. Sus pruebas de comprensión de lectura y comprensión auditiva contienen textos redactados en la variante mexicana del español; en las pruebas de expresión escrita y oral, el candidato puede hacer uso de cualquier variante del mundo hispanoamericano que haya aprendido, siempre y cuando sea consistente.

3. El proyecto Habla México

El objetivo principal del proyecto editorial *Habla México* es crear un sitio de internet que ofrezca de manera coherente y ordenada materiales multimedia sobre la cultura mexicana y sus variantes lingüísticas, acompañados de ejercicios, actividades y otros complementos que sirvan de apoyo para la enseñanza y el aprendizaje del español como lengua extranjera. Todos ellos serán generados con la ayuda y colaboración de especialistas en lingüística aplicada, en didáctica del español o en diferentes aspectos de nuestra cultura. En un principio, se ofrecerá un conjunto base de productos que cubran mínimamente todos los temas sobre la cultura mexicana que se proponen en el catálogo: naturaleza, historia, economía, sociedad, cultura, arte y sitios de interés, para responder a las necesidades de los profesores y los estudiantes de ELE. Sin embargo, una vez que empiece a caminar el proyecto, el sitio se irá enriqueciendo con alta frecuencia, y también se mantendrá actualizado.

Se trata de un esfuerzo por colaborar en el fortalecimiento de la presencia de México en el ámbito de la creación de materiales editoriales didácticos de ELE. El principal argumento retórico del proyecto para atraer y convencer a los lectores, así como para ganarle mercado a la competencia (la de las editoriales españolas en cuanto a publicaciones, y la de las páginas web existentes en lo que respecta a materiales y actividades didácticos digitales), será el siguiente:

Ofrecemos materiales multimedia de alta calidad acompañados de complementos didácticos diseñados cuidadosamente como apoyo a la enseñanza y el aprendizaje de ELE, para niveles principiantes, intermedios y avanzados. Nuestros contenidos han sido creados por especialistas en lingüística aplicada, en la didáctica del español y en diversos ámbitos de la cultura mexicana. A través de nuestro sitio de internet y de nuestras publicaciones, presentamos desde adentro, de manera auténtica y con pleno conocimiento de causa, los elementos más relevantes e interesantes de la cultura mexicana y sus variantes de la lengua. Por todo ello, *Habla México* te acerca a nuestra cultura, a su lengua y a su gente.

La presentación y el contenido de los materiales estarán estructurados de manera que puedan ser utilizados tanto en las aulas como de manera autodidacta. Así, los usuarios conocerán los materiales que ofrece el sitio, ya sea por recomendación de sus (de otros) profesores y al encontrarlos en las salas de recursos multimedia de instituciones educativas o culturales con las que estén relacionados, o bien, por cuenta propia, sobre todo gracias a la difusión que se hará vía internet y a través de las asociaciones dedicadas a la lengua.

Para poner en funcionamiento el sitio de internet *Habla México* se buscará el financiamiento de instituciones gubernamentales o privadas que puedan estar interesadas; también se podría recurrir a un crédito para pequeñas empresas independientes. Asimismo, será necesario acercarse al gremio y encontrar una institución fuerte que ampare el proyecto (como por ejemplo la Academia Mexicana de la Lengua o la Fundación de la Universidad de Guadalajara), para que de esta forma le dé autoridad y soporte. Tarea que quizá no sea tan difícil, pues últimamente, al menos en el campo cultural nacional académico e intelectual, se ha estado hablando mucho sobre lo provechoso que sería crear un instituto en México que fuera equivalente al Instituto Cervantes de España, y de hecho, el proyecto *Habla México* tiene todo el potencial llegar a ser el germen de un instituto de esta naturaleza, que no sólo se dedique a la producción editorial de contenidos, sino también al fortalecimiento del trabajo docente del español. En efecto, el sitio de internet *Habla México* está pensado como parte de un proyecto más vasto, que se constituirá como una asociación civil con carácter de instituto, la cual ofrecerá también otros servicios adicionales, esenciales para poder convertirse en una empresa autosustentable, pues generarán importantes ganancias directas:

- a) cursos de capacitación para profesores de español como lengua extranjera;
- b) la organización de viajes para grupos de estudiantes del español pensados específicamente para que pongan en práctica sus competencias en la lengua (lingüísticas, sociolingüísticas y pragmáticas) con los hablantes nativos mexicanos y en atractivos sitios de interés en la República Mexicana;
- c) publicaciones (si el proyecto digital tiene éxito, se considerará también como objetivo a futuro publicar, en papel, antologías de los materiales, en forma de libros que incluirán un CD o un DVD);
- d) los servicios de publicidad, que —una vez que el sitio cuente con un número suficiente de usuarios— se ofrecerán a una gama muy variada de instancias relacionadas que puedan verse

beneficiadas: instituciones culturales nacionales o extranjeras; centros de investigación, institutos, universidades y centros educativos públicos y privados; instancias gubernamentales y de fomento al turismo; medios y publicaciones culturales; museos, galerías, tiendas de artes o artesanías, industrias y pequeñas empresas, asociaciones civiles, entre otros.

Se optó por la producción digital y multimedia, en lugar de los productos en papel, porque los resultados de las encuestas realizadas (véase Anexo III) permiten asegurar que la mayoría del público meta de este proyecto está acostumbrada a consultar este tipo de materiales en pantalla y también está familiarizada con el uso de los medios digitales. Además, son muchas las ventajas que detecté al elegir una presentación multimedia:

- menor costo de producción de los materiales, actividades, ejercicios y complementos (si bien el desarrollo del producto, en su primera fase, es más caro);
- radicalmente mayor difusión nacional e internacional;
- inmediatez en la transmisión de la información;
- posibilidad de ofrecer los productos del sitio a un costo moderado, sin que por ello pierdan su valor o calidad desde el punto de vista de los lectores;
- enorme flexibilidad en cuanto a la cantidad de información que contengan los productos del sitio;
- facilidad para hacer modificaciones o actualizaciones;
- en la página de inicio se despliega un catálogo completo de los materiales para que los usuarios elijan o consulten de forma fácil y práctica lo que sea de su interés, según sus necesidades o las de sus estudiantes o instituciones;
- posibilidad de ordenar los materiales por diferentes criterios: usuarios, niveles, propósitos didácticos de ELE, temas;
- los materiales pueden consultarse de manera independiente o interrelacionada, dependiendo de lo que decidan los propios usuarios del sitio;
- interactividad con los usuarios (se pueden incluir foros o redes de usuarios);
- sus características multimedia permiten que, al consultarlos, los usuarios trabajen varias habilidades lingüísticas a la vez;

- los hipervínculos y posibilidades digitales permitirían innovaciones en cuanto a la presentación de los materiales (por ejemplo, glosas a términos difíciles hechas en diferentes lenguas, con imágenes o con sonidos, o subtítulos simultáneos en los audios);
- los materiales podrían adaptarse para presentaciones en aulas, imprimirse, reenviarse;
- la página puede estar programada (usando Google Analytics) para registrar la cantidad de usuarios que la consultan, así como las características de sus navegaciones, lo que sería una gran fuente de retroalimentación para mejorar o fortalecer nuestra oferta;
- posibilidad de anunciar las otras ramas de la asociación *Habla México*: cursos, viajes y futuras publicaciones en papel¹⁹.

Ahora bien, la elección de materiales multimedia también tiene sus desventajas. La más evidente de todas es la inversión de recursos económicos y humanos que se necesita para idear, desarrollar, programar y mantener un sitio de internet, así como para contratar un dominio (anual) y un alojamiento web (*hosting*) (anual) adecuado. También habría que tomar en cuenta que el proyecto se limitaría a personas que tengan acceso a internet y que sus complementos didácticos ofrecidos al público para su descarga o impresión ya no podrán ser totalmente multimediáticos o tan interactivos. Hay que considerar, además, que no se podrá controlar del todo el diseño de los materiales, puesto que los usuarios los pueden consultar en diferentes tipos y tamaños de dispositivos. No obstante, pienso que estas desventajas no pesan tanto en comparación con los puntos positivos antes expuestos.

La enorme mayoría de los materiales multimedia de *Habla México* serán producidos en nuestro país. Éstos pueden ser inéditos, creados a solicitud de la editorial bajo las condiciones de un contrato civil de obra por encargo, que implica una remuneración monetaria fija previamente acordada.

¹⁹ Resulta bastante viable la idea de contar en un futuro también con publicaciones impresas que funcionen como antologías de los materiales digitales. Aquí se invertiría el esquema tradicional de conversión de catálogos: se iría de lo digital a lo impreso, pero este segundo formato trataría de aprovechar al máximo y en todos los sentidos las posibilidades que ofrece el primero.

dada; pero también pueden haber sido ya publicados, en cuyo caso la editorial se encargará de solicitar y pagar la licencia de uso a los autores o titulares de los derechos de autor del material en cuestión, cuando no sean de dominio público. Los colaboradores se buscarán y contactarán a través de centros de investigación y docencia, instituciones y publicaciones culturales gubernamentales o privadas especializados en los temas que conformarán los contenidos de los materiales de *Habla México*, las instituciones de enseñanza de ELE en México, y redes, asociaciones e institutos hispanoamericanos o dedicados al ELE. Ahí mismo se encontrarán muchos de los materiales que irán conformando el proyecto, aunque seguramente también en muy diversos tipos de archivos. Los integrantes de un equipo fijo de especialistas y colaboradores asiduos realizarán las tareas de evaluar, organizar, adaptar, corregir, diseñar y programar los contenidos reunidos, según criterios lingüísticos, didácticos y culturales preestablecidos.

Todos los materiales multimedia de *Habla México* se clasificarán a partir de los niveles oficiales establecidos por el *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación (MCERL)*²⁰, los cuales se indicarán en algún sitio visible. Asimismo irán acompañados de diversos complementos didácticos; en estos elementos adicionales igualmente se hará explícito el aspecto de la lengua en el que se enfocan: gramática, vocabulario, ortografía, pronunciación o funciones. En conjunto, los materiales multimedia sumados a los complementos reproducirán de distintas maneras la secuencia pedagógica que normalmente se lleva a cabo en las aulas de enseñanza de ELE según el enfoque comunicativo²¹, y que incluye diferentes etapas: reconocimiento, conceptualización, práctica, ampliación y evaluación. A continuación se presenta un esquema básico de las lecciones de ELE y la manera en que sus diferentes etapas estarían incluidas en los productos editoriales que ofrece el sitio *Habla México*:

Cabe señalar que, aunque el sitio *Habla México* no se limita a complementar ningún método didáctico de la enseñanza ELE en específico, los criterios de planeación, solicitud, creación, selec-

20 Los niveles son equivalentes en varias lenguas y se denominan: A1 (acceso), A2 (plataforma), B1 (umbral), B2 (avanzado), C1 (dominio operativo eficaz), C2 (maestría).

21 Agradezco a la Dra. Beatriz Granda Dahan el haberme compartido valiosa información sobre cómo se organiza una lección de ELE.

ción, diseño y difusión tanto de materiales sobre la cultura mexicana, como de los complementos,

Esquema básico de una lección de ELE		Contenidos y funciones	Habla México
Reconocimiento	Sensibilización <i>Input</i> inicial (de entrada)	Motivación Introducción al tema Materiales multimedia para presentar el contenido que se va a enseñar (gramática, vocabulario, ortografía, pronunciación, funciones + aspectos culturales)	Materiales multimedia clasificados por niveles del MCERL
Conceptualización	Preguntas de comprensión auditiva o comprensión lectora Actividades de reflexión gramatical y sociocultural (<i>intake</i> = procesos inductivos para crear conciencia lingüística, sociolingüística e intercultural)	Preguntas de opción múltiple, verdadero/falso, relacionar columnas, etcétera Actividades contextualizadas para reconocer, distinguir, discriminar, comparar y contrastar el contenido. En textos breves como <i>input</i> lingüístico: señalar, subrayar, palomear, completar, marcar la opción correcta, etcétera En textos breves como <i>input</i> lingüístico: completar un escrito/diálogo, ordenar las partes de un escrito/diálogo, relacionar elementos, etcétera	Actividades
Práctica	Actividades de práctica de la gramática/función en contextos de situación comunicativa (<i>output</i> controlado = competencia discursiva/textual)		
Ampliación	Ejercicios de producción (<i>output</i> para reforzar la competencia pragmática)	Tareas de producción discursiva o textual en situaciones comunicativas para la interacción, expresión oral o expresión escrita.	Ejercicios
Evaluación	Ejercicios de revisión, integración y autoevaluación	Ejercicios de práctica de la gramática y las funciones aprendidas en el contexto de situaciones comunicativas.	
Complementos	Pueden utilizarse en cualquiera de las etapas anteriores	Esquemas, explicaciones y ejemplos gramaticales; esquemas, explicaciones y ejemplos funcionales; glosario multimedia y multilingüe; tablas de vocabulario organizados por temas o por funciones; cápsulas interculturales; notas biográficas o bibliográficas de los autores; transcripción del contenido de audios y videos; etcétera	Complementos didácticos

estarán fundamentados en el enfoque comunicativo de la enseñanza de las lenguas brevemente descrito en el apartado anterior.

Desde la perspectiva de este enfoque, es sumamente importante trabajar en la enseñanza de ELE con materiales auténticos, es decir, que (a diferencia de los complementos) no hayan sido creados con fines didácticos, sino para cumplir una variada gama de objetivos comunicativos y sociales. Esto, explica Ana María Maqueo, autora del libro *Lengua, aprendizaje y enseñanza. El enfoque comunicativo: de la teoría a la práctica*, debido a varias razones que cito por extenso dada su importancia:

El hecho de preparar o, peor aún, adaptar textos para su lectura —además de que los vuelve materiales no auténticos—, lleva al alumno a comprender sólo lo que el maestro quiere que comprenda. Es un acto por medio del cual se subestima la capacidad del alumno de acercarse a textos reales y poner en juego las distintas estrategias que puede emplear para su comprensión.

Lo que corresponde es seleccionar cuidadosamente los textos para la lectura, literarios o no, pero sin mutilarlos o adaptarlos a las supuestas capacidades del lector.

La lectura de textos auténticos, por otra parte, pone al lector frente a diferentes actos de comunicación, con intenciones diversas. Al acercarse a ellos el lector principalmente empezará a darse cuenta de las distintas funciones que cumple un texto escrito, así como de las características propias de cada uno: “la familiarización con las características del escrito implica tener experiencias variadas con textos variados”, afirman Colomer y Camps (78).

De gran importancia resultará también lo anterior para su ejercicio como escritor: ser capaz de reconocer la estructura, el tono, el léxico, la organización textual de un escrito, en fin, las características de los diferentes tipos de textos, facilita el aprendizaje de la escritura²².

A las ventajas que ofrecen los materiales auténticos para la enseñanza del ELE expuestas por Maqueo, se suman las que consideran Cassany, Luna y Sanz:

Contiene el lenguaje real de la calle. Esto aporta, por una parte, genuinidad y diversidad. Los alumnos toman contacto con los usos reales de la lengua, en toda su variedad de registros (formales

22 Ana María Maqueo, *Lengua, aprendizaje y enseñanza. El enfoque comunicativo: de la teoría a la práctica*, México, Limusa, 2004, pp. 242-243.

y vulgares), textos y estilos. Pero también encuentran en él impurezas de la realidad (incorrecciones, extranjerismos, errores, etcétera). [...] Introduce la realidad social (temas, actualidad, datos, etcétera) en el aula. [...] Fomentan la participación social. El alumno trabaja en la escuela lo que después encuentra fuera de ella²³.

El único aspecto que no se podrá dejar de manipular en los materiales de *Habla México* será el físico, puesto que, por razones obvias, se homogeneizará su composición tipográfica, la cual aporta mucha información a los lectores. También es importante indicar que se seleccionarán los textos buscando que sean breves (en cuanto a su extensión o a la cantidad de ideas que incluyan), con el fin de facilitar la comprensión y la retención de información a los lectores inexpertos en el idioma español; asimismo, se procurará que los textos aparezcan completos o contextualizados, para no cancelar la posibilidad de que los lectores sean capaces de captar el sentido global de la obra.

Un índice tentativo del material multimedia de *Habla México*, presentado en un menú principal, intentaría cubrir todos los temas relevantes para describir una cultura tan rica y compleja como la mexicana (no hay que olvidar que los textos que se presentarán serán relativamente cortos). Esta amplitud temática implicará tener más libertad y flexibilidad para ir sumando con facilidad nuevos materiales a los existentes; evidentemente, entre mayor sea el número de productos que conformen el catálogo del proyecto, mejor logrará éste dar una idea global de la cultura mexicana, una idea más completa y cercana a la realidad. Por otra parte, esta variedad les dará a los lectores la posibilidad de escoger de una amplia gama de posibilidades, dependiendo de sus intereses personales o grupales, los cuales suelen variar considerablemente.

Para completar esta descripción del proyecto *Habla México*, a continuación se abordarán con mayor precisión algunos de sus elementos constitutivos.

23 Citado por Maqueo, *ibidem*, p. 243.

3.1 El nombre y la marca

Originalmente, el proyecto se denominó *Así somos. Escucha, lee, ve... y conoce a México*. El nombre se inspiraba en la serie *Así hablamos* creada por el CEPE (antiguamente llamado Escuela de Verano). Era una forma de rendir homenaje al esfuerzo de un gran conjunto de ideólogos, investigadores, docentes y un sinnúmero de empleados del CEPE, quienes durante más de nueve décadas han llevado a la práctica con indudable éxito la misión de José Vasconcelos, quien fundó en 1921 esta importante entidad educativa nacional; esa misión era “universalizar el conocimiento sobre la lengua española y la cultura mexicana, así como apoyar académicamente a las comunidades mexicanas en el exterior”²⁴. Sin embargo, la intención del título no era adecuada para posicionar el producto en la mente del público, quien no sabrá mucho sobre el CEPE, su misión o el nombre de sus libros de texto.

Si, como afirma David Cole, “el libro se compra por el título”²⁵, era necesario encontrar otro nombre para este proyecto que fuera más preciso y descriptivo, y que representara un valor agregado, al atraer a los lectores apelando claramente a sus intereses, necesidades o deseos. Con este objetivo, se llegó al nombre actual: *Habla México*. Si bien es un nombre que por sí solo no logra definir exactamente la naturaleza del sitio de internet, me parece suficiente su capacidad para revelar que se trata de algo relacionado con el lenguaje y con México: los dos rasgos esenciales del producto. No sólo se trata de un título para el sitio de internet, sino también de una marca y del nombre de la asociación civil, por lo que no es conveniente que sea más extenso. Son dos palabras fácilmente grabables en la memoria de los lectores, que todos ellos conocen, fáciles de pronunciar y entender, sea cual sea la lengua materna de quien lo use. Además, para que los lectores potenciales

24 En: <http://www.cepe.unam.mx>.

25 David Cole, *Marketing editorial: la guía*, Fondo de Cultura Económica, México, 2003, pp. 18 y ss.

sepan de qué se trata este sitio, el nombre estará acompañado de un subtítulo aclaratorio: *Material multimedia sobre la cultura mexicana más complementos para la enseñanza y el aprendizaje del español como lengua extranjera (ELE)*.

Otra ventaja es que al ser tan abierto, el nombre no restringe nuestras posibilidades de crecimiento en varias direcciones y se relaciona con todos los componentes del proyecto. Si se compara con el nombre del Instituto Cervantes, la organización que actualmente domina nuestro mercado meta, también se pueden desprender algunos aspectos a nuestro favor. Mientras que “Instituto Cervantes” remite a lo académico, formal, rígido, clásico, “español” y ortodoxo, “Habla México”, en cambio, es fresco, dinámico y actual (pues incluye un verbo conjugado en presente), e invita a pensar en la diversidad de sus hablantes al hacer reflexionar a los usuarios —aunque sea inconscientemente— en ¿quién es México? Por lo anterior, el nicho al que se encamina exitosamente el Instituto Cervantes es limitado, mientras que Habla México quiere alcanzar un público todavía mucho más amplio y diverso, no estrictamente académico o formal. Se busca que la intención de los lectores sea también disfrutar la lengua y apreciar otras culturas; que no se limiten a aprender un idioma mecánicamente, sino que también deseen mejorar, perfeccionar y poner en práctica sus conocimientos y capacidades relacionados con el español.

Habla México, además, se propone transmitir el conocimiento sobre el idioma español y la cultura mexicana con base en la realidad; el denominativo geográfico en el nombre así lo indica. Finalmente, la nueva denominación incluye el atractivo del valor simbólico que en sí tiene la palabra México, así como el de la imagen y prestigio de nuestro país en el panorama global de Hispanoamérica, y en general, del mundo hispanohablante.

3.2 Ficha de marketing:

Sello: <i>Habla México</i>	Colección: —	Título: <i>Habla México</i>	Tema: cultura mexicana, enseñanza de ELE	Género: cultural, didáctico
Autor: varios especialistas en cultura mexicana, lingüística aplicada y didáctica del español	Sinópsis: sitio de internet con material multimedia sobre la cultura mexicana con actividades, ejercicios y complementos para la enseñanza y el aprendizaje del español como lengua extranjera (ELE)	Síntesis biográfica: germen de un instituto de investigación dedicado a la producción editorial de contenidos sobre la cultura mexicana y de apoyos didácticos de ELE, así como al fortalecimiento del trabajo docente del español.	Formato: sitio de internet	Soporte: digital en línea
ISSN: en trámite	Número de archivos y su peso en bytes: en desarrollo	PVP: variable; por modalidad de suscripción y por descarga	Número de visitas al sitio de internet: —	Fecha de publicación: desde 2013,
Origen: mexicano	Idioma: español de México y sus variantes lingüísticas	Ejemplares para promoción:	Presupuesto de promoción: por definirse	Reimpresión y nueva edición: con ampliaciones, modificaciones y actualizaciones constantes
Público objetivo: profesores y estudiantes de ELE en el mundo				
Canales de distribución: internet, institutos de enseñanza de ELE, asociaciones y organismos relacionados con ELE				

3.3 FODA:

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El español es uno de los idiomas con mayor número de hablantes en el mundo • Atractivos turísticos, laborales y de inversión extranjera en México • Riqueza de las variantes lingüísticas del español de México • Riqueza de la cultura mexicana • Necesidad de materiales didácticos de alta calidad • Nicho de mercado interesado en el ámbito hispanoamericano y, específicamente, mexicano • Publicación digital • Internet, uso y conocimiento • Posibilidades multimedia • Abierto a modificaciones y actualizaciones • Interacción directa con los usuarios • Contenidos creados por especialistas en las áreas correspondientes • Método didáctico ELE más aceptado: enfoque comunicativo • <i>Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación (MCERL)</i> • Conocimiento directo y profundo de la cultura mexicana 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovación continua en tecnología y medios de comunicación que se van a emplear • Expansión del uso de internet y de la lectura en pantalla • Falta de un instituto hispanoamericano de enseñanza de ELE con trascendencia internacional • Alta demanda del aprendizaje del español en el mundo, y particularmente del español de México • Posibilidades de crecimiento con los cursos de capacitación para profesores de ELE y los viajes organizados en México para estudiantes de ELE • Instancias relacionadas que puedan verse beneficiadas: instituciones culturales nacionales o extranjeras; centros de investigación, institutos, universidades y centros educativos públicos y privados; instancias gubernamentales y de fomento al turismo; medios y publicaciones culturales; museos, galerías, tiendas de artes o artesanías, industrias y pequeñas empresas, asociaciones civiles, entre otros • Crisis económica en España
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es un proyecto nuevo, por lo que todavía no cuenta con prestigio • La competencia es fuerte (Instituto Cervantes, editoriales españolas de didáctica de ELE) • Necesitamos reconocimiento de un órgano oficial para la enseñanza de ELE • Necesidad de patrocinios: el proyecto sólo será autosustentable a mediano plazo • Complejidad y ambición del proyecto • Fuerte inversión inicial para desarrollar el proyecto (programación y producción) • El catálogo no será tan amplio en productos impresos 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Robo o plagio del proyecto • Surgimiento de nuevos proyectos parecidos • Problemas de Derechos de Autor • Diferencias en las legislaciones de cada país con respecto a los Derechos de Autor • Uso y explotación indebida de los materiales en línea del sitio • Inconsistencia en el grupo de trabajo • Situación de inseguridad y violencia en el país que disminuye su atractivo

3.4 La planeación estratégica del proyecto

Visión a largo plazo: Ser el instituto de referencia dedicado a la investigación, creación y difusión de contenidos sobre la cultura mexicana con el objetivo de fortalecer la presencia de ésta y sus variantes lingüísticas en el campo de la enseñanza del idioma español. Todo ello a través de tres medios: *a)* un sitio de internet que ofrezca materiales multimedia sobre México acompañados de actividades, ejercicios y complementos de ELE, el cual será reconocido por la calidad, variedad, autenticidad, versatilidad y originalidad de sus contenidos; *b)* cursos de capacitación para profesores de ELE y *c)* la organización de viajes en la República Mexicana para estudiantes de ELE.

Misión: Ser un instituto que contribuya a la enseñanza y el aprendizaje del español como lengua extranjera, mediante: *a)* el desarrollo y divulgación de materiales editoriales multimedia sobre México, acompañados de actividades, ejercicios y complementos de ELE, todos de una alta calidad y gran variedad, organizados claramente por criterios lingüísticos, didácticos y temáticos; *b)* la oferta cursos de capacitación para profesores del español, y *c)* la organización de viajes por la República Mexicana para estudiantes de ELE. Con ello se propone responder a las necesidades de los estudiantes y de los profesores de la lengua española, o de aquellas personas interesadas en conocer más a fondo la cultura mexicana.

Objetivo general a largo plazo: La creación de un instituto con un sitio de internet que ofrezca de manera coherente y ordenada materiales multimedia sobre la cultura mexicana y sus variantes lingüísticas, acompañados de actividades, ejercicios y complementos que sirvan de apoyo para la enseñanza y el aprendizaje del español como lengua extranjera. Asimismo ofrecerá otros servicios adicionales: cursos de capacitación para profesores de ELE (en línea y presenciales) y viajes organizados por la República Mexicana para estudiantes de ELE.

Objetivos parciales:

- Crear un sitio de internet que permita organizar y presentar de una manera idónea los contenidos de *Habla México*, para que responda satisfactoriamente a las necesidades de estudiantes y profesores del español, especialmente aquellos interesados en conocer la cultura mexicana y sus variantes lingüísticas.
- Crear un catálogo amplio, variado, atractivo, original, interesante y funcional de contenidos multimedia que permitan dar una idea completa y cercana de lo que es la cultura mexicana, su lengua y su gente.
- Formular una serie completa y eficiente de actividades, ejercicios y complementos para la enseñanza y aprendizaje de ELE, diseñados para distintos niveles de la lengua, temas lingüísticos y propósitos didácticos. Todos ellos deberán enriquecer—en el sentido didáctico— los materiales multimedia sobre México que se incluyan en el sitio de internet *Habla México*.
- Concebir, diseñar, estructurar, organizar y ofrecer cursos de capacitación para profesores de ELE (en línea y presenciales).
- Concebir, planear, organizar y ofrecer viajes por la República Mexicana para que los estudiantes del español como lengua extranjera puedan poner en práctica, fortalecer o ampliar sus conocimientos lingüísticos con todo tipo de hablantes nativos y en diferentes situaciones comunicativas.
- Difundir ampliamente el sitio de internet *Habla México*, y establecer vías eficientes para mantener y reforzar el contacto con sus lectores.

Metas a corto plazo:

- Encontrar una institución fuerte en el gremio del estudio o la enseñanza del español que ampare el proyecto y de esta forma le dé autoridad y soporte.
- Conseguir patrocinios o un crédito para reunir los fondos necesarios para echar a andar el proyecto.
- Buscar y elegir a los candidatos que van a conformar el equipo de trabajo de la editorial,

según el organigrama y las definiciones de puestos que se presentan más adelante en este trabajo.

- Contratar el servicio de alojamiento web (*hosting*), elegir el nombre del sitio de internet y comprar un dominio.
- Con la ayuda del diseñador y el programador de *Habla México*, elaborar la estructura y el diseño del sitio de internet y sus páginas web: apariencia tipográfica, elementos, menús de navegación, organización, posibilidades multimedia, presentación de actividades, ejercicios y complementos, íconos, funciones, mecanismos de uso y servicios adicionales.
- Crear un primer conjunto de materiales multimedia suficientemente extenso como para cubrir aunque sea mínimamente todos los rubros ofrecidos en la primer maqueta del sitio de internet *Habla México*.
- Realizar un estudio profundo sobre los materiales didácticos que ya han sido creados como complementos a los libros de texto y apoyo en la enseñanza y el aprendizaje de idiomas (especialmente los que están disponibles en internet).
- Definir los ejes pedagógicos y las estrategias pedagógicas con las que se producirán las actividades, ejercicios y complementos didácticos de ELE de *Habla México*.
- Encontrar el diseño tipográfico que resulte el más adecuado para presentar las actividades, ejercicios y complementos didácticos de ELE.
- Concebir, diseñar, estructurar, organizar y ofrecer cursos de capacitación para profesores de ELE (en línea y presenciales).
- Concebir, planear, organizar y ofrecer viajes por la República Mexicana para que los estudiantes del español como lengua extranjera puedan poner en práctica, fortalecer o ampliar sus conocimientos lingüísticos con todo tipo de hablantes nativos y en diferentes situaciones comunicativas.
- Vender los servicios de publicidad a un amplio número de publicaciones, instituciones o publicaciones interesadas, para así poder sustentar económicamente el proyecto.
- Planear estrategias de difusión y promoción del sitio de internet y los servicios que ofrezca,

y determinar cuáles van a ser las formas en las que se mantendrá en contacto con los lectores.

- Establecer alianzas con publicaciones e institutos.

Metas a mediano plazo:

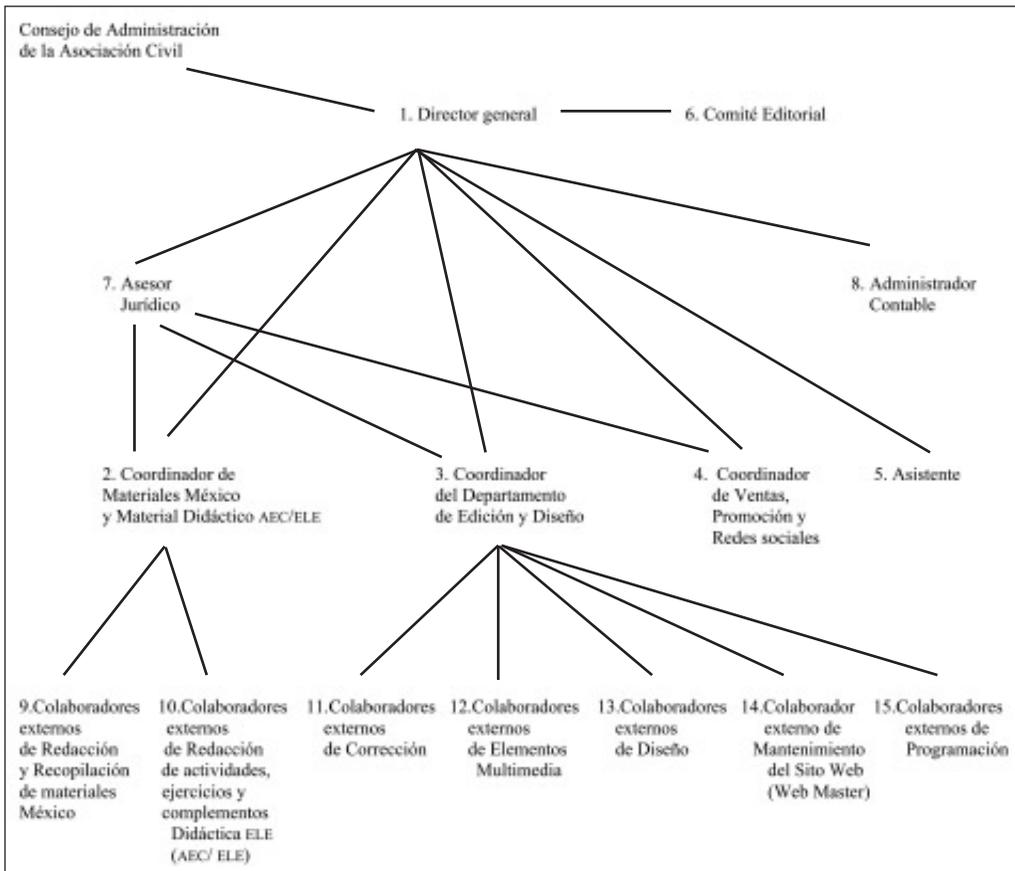
- Cubrir satisfactoriamente con contenidos de alta calidad, variedad, autenticidad, versatilidad y originalidad, todos los rubros ofrecidos en el sitio de internet *Habla México*.
- Actualizar y aumentar los contenidos en línea.
- Incorporar cada vez más tipos de actividades, ejercicios y complementos didácticos de ELE.
- Fortalecer y ampliar la oferta de cursos de capacitación para profesores de español (en línea y presenciales) y la organización de viajes para estudiantes de ELE.
- Implementar un sistema tecnológico para obtener datos sobre el uso del sitio, de sus usuarios, de su tipo de navegación y de sus preferencias.

Metas a largo plazo:

- Con los contenidos del sitio, comenzar la publicación de antologías de los materiales multimedia sobre México y de las actividades, ejercicios y complementos didácticos de ELE.
- Crear aplicaciones específicas para la consulta del material de *Habla México* desde diferentes dispositivos móviles.

3.5 Organización del trabajo

La parte editorial del instituto y asociación civil *Habla México* funcionará como una pequeña editorial comercial independiente y privada, que se dedica a temas sobre la cultura mexicana y el español como segunda lengua, que se difunden por medio de un sitio de internet de alcance global. Estará conformada por el equipo de trabajo que se presenta en el siguiente organigrama:



Es decir, en total el área editorial de *Habla México* requerirá de un personal de cinco empleados fijos y (con el objeto de reducir costos y gastos) el resto del personal será externo, contratado de manera temporal para la realización de trabajos específicos. Además, contará con el apoyo y asesoría de un Comité Editorial conformado por expertos, y con la guía, la estrategia, parte del financiamiento y la evaluación del Consejo Administrativo de la Asociación Civil, el cual se reunirá una o dos veces al año. A continuación se definen los puestos y perfiles del personal fijo y de los colaboradores externos:

Descripción del puesto	Nombre	1. Director general
	Misión	Asegurar el crecimiento y desarrollo organizacional de la editorial.
	Responsabilidades	Dirección general de la editorial. Representante legal de la editorial.
	Funciones	Convocar a reuniones al Consejo Administrativo de la Asociación Civil. Ejecutar y dar seguimiento a los acuerdos del Consejo Administrativo de la Asociación Civil. Presidir el Comité Editorial. Proponer y dar seguimiento a estrategias de planeación, contratación, creación y difusión de los materiales. Supervisar y dar seguimiento al trabajo de todas las áreas de la editorial. Garantizar el buen funcionamiento de la empresa.
	Salario	\$ 50,000
Perfil del puesto	Áreas de conocimiento	Edición, Literatura, Docencia, Pedagogía de idiomas, Investigación, Administración, Planeación, Finanzas
	Escolaridad	Doctorado
	Idiomas	Mínimo 3
	Áreas de experiencia	Edición, cultura, investigación, docencia
	Horario	Lunes a viernes de 9:00 a 17:00 horas
	Disponibilidad para viajar	Sí
	Competencias laborales	Visión estratégica y emprendedora, liderazgo, trabajo en equipo, negociación, relaciones públicas.
Dependencia y tramo de control	Es presidente del Consejo Editorial. Todos los otros puestos dependen de él (2-14).	

Descripción del puesto	Nombre	2. Responsable de materiales México y complementos didácticos ELE
	Misión	Coordinar y supervisar las funciones de recopilación, redacción y corrección de materiales sobre la cultura mexicana, así como actividades, ejercicios y complementos didácticos de ELE.
	Responsabilidades	Supervisar la calidad y pertinencia de los materiales de alta calidad sobre México. Supervisar la calidad y pertinencia de los complementos de apoyo para la enseñanza y el aprendizaje de ELE.
	Funciones	Encargar y coordinar la recopilación y redacción de materiales sobre México. Encargar y coordinar la planeación y redacción de los complementos de apoyo para la enseñanza y el aprendizaje de ELE.
	Salario	\$ 30,000
Perfil del puesto	Áreas de conocimiento	Edición, Cultura mexicana, Lengua española, Didáctica de la lengua, Lingüística aplicada
	Escolaridad	Maestría o Doctorado
	Idiomas	Mínimo 3
	Áreas de experiencia	Edición, Cultura mexicana, Lengua española, Didáctica de la lengua, Lingüística aplicada
	Horario	Lunes a viernes de 9:00 a 17:00 horas
	Disponibilidad para viajar	Sí
	Competencias laborales	Visión estratégica, liderazgo, trabajo en equipo, responsabilidad y organización.
Dependencia y tramo de control	Depende directamente del Director General (1).	

Descripción del puesto	Nombre	3. Coordinador del Departamento de Edición y Diseño
	Misión	Coordinar y supervisar las funciones de recopilación, redacción y corrección de materiales escritos. Coordinar y supervisar las funciones de recopilación y creación de materiales multimedia, así como diseño, programación y mantenimiento de la página web y sus contenidos.
	Responsabilidades	Recibir los textos originales. Cotejar los materiales. Coordinar, ejecutar y supervisar el proceso de corrección estilística y tipográfica de todos los material escritos. Encargar y coordinar la recopilación o creación de los materiales multimedia. Encargar y coordinar el diseño editorial. Encargar y coordinar la programación y el mantenimiento de la página web y sus contenidos.
	Funciones	Encargar y coordinar los procesos de corrección de materiales escritos. Supervisar la calidad y pertinencia de los materiales multimedia. Supervisar la calidad y pertinencia del diseño editorial. Supervisar la calidad y pertinencia de la programación y el mantenimiento de la página web y sus contenidos.
	Salario	\$ 30,000
Perfil del puesto	Áreas de conocimiento	Edición, Cultura mexicana, Lengua española, Didáctica de la lengua, Lingüística aplicada
	Escolaridad	Maestría o Doctorado
	Idiomas	Mínimo 3
	Áreas de experiencia	Edición, Cultura mexicana, Lengua española, Didáctica de la lengua, Diseño gráfico editorial, Diseño digital
	Horario	Lunes a viernes de 9:00 a 17:00 horas
	Disponibilidad para viajar	Sí
	Competencias laborales	Visión estratégica, liderazgo, trabajo en equipo, responsabilidad y organización.
	Dependencia y tramo de control	Depende directamente del Director Editorial (1).

Descripción del puesto	Nombre	4. Coordinador de Ventas y Promoción
	Misión	Conocer perfectamente los productos de la editorial para ponerlos a disposición de un mayor número de lectores.
	Responsabilidades	Ventas y promoción de los productos de la editorial. Ventas y promoción de los servicios de publicidad.
	Funciones	Ejecutar y dar seguimiento a los planes de mercadotecnia y publicidad. Establecer convenios de publicidad y vende espacios publicitarios. Realizar estudios de mercado. Gestionar clientes vigentes y potenciales de la editorial. Buscar públicos potenciales. Captar suscriptores. Manejo de redes sociales (<i>community manager</i>). Promocionar productos de la editorial. En el caso de las publicaciones, se encargará de su distribución, venta y promoción.
	Salario	\$ 30,000
Perfil del puesto	Áreas de conocimiento	Mercadotecnia, Relaciones públicas, Ámbito editorial, Internet
	Escolaridad	Licenciatura o Maestría en Mercadotecnia
	Idiomas	Mínimo 2
	Áreas de experiencia	Mercadotecnia, Relaciones públicas, Ámbito editorial, Internet
	Horario	Lunes a viernes de 9:00 a 17:00 horas
	Disponibilidad para viajar	Sí
	Competencias laborales	Visión estratégica, relaciones públicas, capacidad para representar a la editorial y sus valores, negociación, liderazgo, organización, planeación, responsabilidad.
Dependencia y tramo de control	Depende directamente del Director General (1). Puede solicitar que se contraten bajo su mando servicios externos temporales.	

Descripción del puesto	Nombre	5. Asistente
	Misión	Asistir al director y a los coordinadores y servir como un puente de comunicación entre ellos.
	Responsabilidades	Responsable de apoyar al director y a los coordinadores.
	Funciones	Asistir en el seguimiento a estrategias de planeación, contratación, creación y difusión de los materiales. Asistir en la supervisión y el seguimiento del trabajo de todas las áreas de la editorial.
	Salario	\$ 15,000
Perfil del puesto	Áreas de conocimiento	Administración, finanzas, edición.
	Escolaridad	Licenciatura en Administración
	Idiomas	Mínimo 2
	Áreas de experiencia	Administración, Finanzas, Recursos humanos
	Horario	Lunes a viernes de 9:00 a 17:00 horas
	Disponibilidad para viajar	No
	Competencias laborales	Planeación, Organización, Relaciones públicas, Comunicación.
Dependencia y tramo de control	Depende directamente del Director General (1).	

Descripción del puesto	Nombre	6. Comité Editorial
	Misión	Definir estratégicamente los contenidos de la editorial.
	Responsabilidades	Dirigir la toma de decisiones en cuanto al catálogo de la editorial.
	Funciones	Está integrado por el Director General y por lo menos otras cinco personas reconocidas en el ámbito editorial, cultural o didáctico, que estarán plenamente capacitadas. Realiza reuniones de trabajo ordinarias y extraordinarias convocadas por el Director General. Toma decisiones en cuanto a los materiales del catálogo de la editorial.
	Salario	Trabajo voluntario
	Perfil del puesto	Áreas de conocimiento
Escolaridad		Maestría o Doctorado
Idiomas		Mínimo 3
Áreas de experiencia		Edición, Cultura, Idiomas, Didáctica de la lengua, Lingüística aplicada.
Horario		Independiente
Disponibilidad para viajar		No
Competencias laborales		Visión estratégica y emprendedora, interés en la cultura y en México, trabajo en equipo, responsabilidad, creatividad e ingenio.
Dependencia y tramo de control		En relación directa con el Director General (1).

Descripción del puesto	Nombre	7. Asesor Jurídico
	Misión	Asesorar jurídica y eficientemente sobre todos los trámites que sean necesarios para el buen funcionamiento de la editorial.
	Responsabilidades	Asegurarse de que todos los derechos de autor necesarios sean debidamente registrados, contratados, pagados y utilizados.
	Funciones	Asesorar en la inscripción de la editorial ante la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Asesorar en el registro de obra y de edición ante el Instituto Nacional de Derechos de autor. Elaborar y registrar los contratos.
	Salario	Pago por evento
Perfil del puesto	Áreas de conocimiento	Derecho civil, Derechos de autor
	Escolaridad	Licenciatura o Maestría en Derechos, con especialidad en Derechos de autor
	Idiomas	Mínimo 2
	Áreas de experiencia	Derechos de autor en el área editorial
	Horario	Independiente
	Disponibilidad para viajar	No
	Competencias laborales	Orientación de resultados, visión estratégica, capacidad de negociación y perspectiva ética.
	Dependencia y tramo de control	Depende del Director General (1); da asesoría externa a las áreas de materiales México y material didáctico AEC/ELE (2); edición y diseño (3); y ventas y promoción (5).

Descripción del puesto	Nombre	8. Administrador Contable
	Misión	Administrar los recursos de la empresa.
	Responsabilidades	Responsable de la legalidad y transparencia de su área.
	Funciones	Evaluación y supervisión de los recursos materiales de la editorial. Realización y ejecución de presupuestos. Gestión de la cobranza general de la editorial. Gestión y control de pagos a proveedores y servicios generales. Pagos a colaboradores. Ayudar al Coordinador de Ventas y Promoción con la gestión de clientes vigentes y potenciales de la editorial. Evaluación y supervisión de los recursos humanos de la editorial. Contratación de personal fijo y temporal. Tramitar, gestionar, ejecutar y supervisar todos los ámbitos financieros y administrativos que sean necesarios.
	Salario	\$ 30,000
Perfil del puesto	Áreas de conocimiento	Administración.
	Escolaridad	Licenciatura o Maestría en Administración
	Idiomas	Mínimo 2
	Áreas de experiencia	Administración, Finanzas, Recursos humanos
	Horario	Lunes a viernes de 9:00 a 17:00 horas
	Disponibilidad para viajar	No
	Competencias laborales	Planeación, Organización, Negociación, Relaciones públicas, Comunicación.
Dependencia y tramo de control	Depende directamente del Director General (1). Puede solicitar que se contraten bajo su mando los servicios externos de un contador.	

Descripción del puesto	Nombre	9. Colaboradores externos de Redacción y Recopilación de materiales México
	Misión	Redactar y recopilar materiales fidedignos, de alta calidad y pertinentes sobre la cultura mexicana
	Responsabilidades	Aportar los materiales sobre la cultura mexicana que conformen una parte sustancial del sitio web.
	Funciones	Redactar materiales sobre diferentes aspectos de la cultura mexicana para cubrir todos los temas del catálogo inicial del sitio web.
	Salario	Pago por evento
Perfil del puesto	Áreas de conocimiento	Edición, Lengua y Literatura, Escritura, Cultura mexicana, Antropología, Sociología, Didáctica de idiomas
	Escolaridad	Licenciatura o Maestría
	Idiomas	Mínimo 3
	Áreas de experiencia	Edición, Lengua y Literatura, Escritura, Cultura mexicana, Antropología, Sociología, Didáctica de idiomas
	Horario	Independiente
	Disponibilidad para viajar	Sí
	Competencias laborales	Excelente redacción, visión estratégica, orientación a resultados, trabajo en equipo, negociación, amplio conocimiento de la cultura mexicana.
	Dependencia y tramo de control	Dependen directamente del Responsable de materiales México y material didáctico AEC/ELE (2).

Descripción del puesto	Nombre	10. Colaboradores externos de Redacción de los complementos didácticos ELE
	Misión	Idear y crear actividades, ejercicios y complementos didácticos de ELE, que enriquezcan los materiales multimedia sobre México del sitio web
	Responsabilidades	Aportar actividades, ejercicios y complementos didácticos de ELE que conformen una parte sustancial del sitio web.
	Funciones	Idear y crear actividades, ejercicios y complementos didácticos de ELE, para cubrir todos los niveles, temas lingüísticos y propósitos didácticos del catálogo inicial del sitio web.
	Salario	Pago por evento
Perfil del puesto	Áreas de conocimiento	Edición, Lengua y Literatura, Lingüística aplicada, Didáctica del lenguas
	Escolaridad	Licenciatura o Maestría
	Idiomas	Mínimo 3
	Áreas de experiencia	Edición, Lengua y Literatura, Lingüística aplicada, Didáctica del lenguas
	Horario	Independiente
	Disponibilidad para viajar	Sí
	Competencias laborales	Excelente redacción, amplio conocimiento de los enfoques y los métodos de la didáctica de lenguas extranjeras, visión estratégica, orientación a resultados, trabajo en equipo, negociación, amplio conocimiento de la cultura mexicana.
Dependencia y tramo de control	Depende directamente del Responsable de materiales México y material didáctico AEC/ELE (2).	

Descripción del puesto	Nombre	11. Colaboradores externos de Corrección
	Misión	Dar forma a los materiales escritos y mejorarlos para convertirlos en textos publicables.
	Responsabilidades	La corrección estilística y tipográfica de todos los materiales escritos. Utilizar en Manual de estilo de la editorial.
	Funciones	Realizar servicios de corrección de estilo, de la primera y segunda lecturas y de finas.
	Salario	Pago por evento
Perfil del puesto	Áreas de conocimiento	Edición, Corrección de estilo y tipográfica, Lengua española, gramática y sintaxis, Lingüística aplicada
	Escolaridad	Licenciatura o Maestría en Letras Hispánicas
	Idiomas	Mínimo 3
	Áreas de experiencia	Edición, Corrección de estilo y tipográfica
	Horario	Independiente
	Disponibilidad para viajar	Si
	Competencias laborales	Orden y limpieza, trabajo en equipo, liderazgo, capacidad de toma de decisiones.
	Dependencia y tramo de control	Dependen del Coordinador del Departamento de Edición y Diseño (3).

Descripción del puesto	Nombre	12. Colaboradores externos de Elementos Multimedia
	Misión	Idear, crear y recopilar los materiales multimedia del sitio web.
	Responsabilidades	Aportar los materiales multimedia con propósitos didácticos de ELE, los cuales conformarán una parte sustancial del sitio web.
	Funciones	Idear, crear y recopilar los materiales multimedia del sitio web, para cubrir todos las actividades didácticas del catálogo inicial del sitio web (leer, escuchar, ver).
	Salario	Pago por evento
Perfil del puesto	Áreas de conocimiento	Edición, Diseño gráfico editorial, Diseño digital, Comunicaciones, Multimedia
	Escolaridad	Licenciatura o maestría
	Idiomas	Mínimo 2
	Áreas de experiencia	Edición, Diseño gráfico editorial, Diseño digital, Comunicaciones, Multimedia
	Horario	Independiente
	Disponibilidad para viajar	Si
	Competencias laborales	Amplio conocimiento del uso, el funcionamiento y las posibilidades de los recursos multimedia. Creatividad, consciencia estética, trabajo en equipo, versatilidad.
Dependencia y tramo de control	Depende directamente del Coordinador del Departamento de Edición y Diseño (3).	

Descripción del puesto	Nombre	13. Colaboradores externos de Diseño
	Misión	Proyectar, diagramar y formar el sitio web, y las páginas web y materiales que lo conforman.
	Responsabilidades	Encargados de la estructura y apariencia del sitio web y sus contenidos.
	Funciones	Diseñar, proyectar, diagramar y formar el sitio web y sus contenidos.
	Salario	Pago por evento
Perfil del puesto	Áreas de conocimiento	Edición, Diseño gráfico editorial, Diseño digital
	Escolaridad	Maestría en Diseño gráfico editorial o Comunicación gráfica, con especialidad en diseño digital y multimedia
	Idiomas	Mínimo 2
	Áreas de experiencia	Edición, Diseño gráfico editorial, Diseño digital
	Horario	Independiente
	Disponibilidad para viajar	No
	Competencias laborales	Amplio conocimiento en el marcate tipográfico y la hoja de estilos tipográficos. Creatividad, consciencia estética, trabajo en equipo, versatilidad.
Dependencia y tramo de control	Dependen del Coordinador del Departamento de Edición y Diseño (3).	

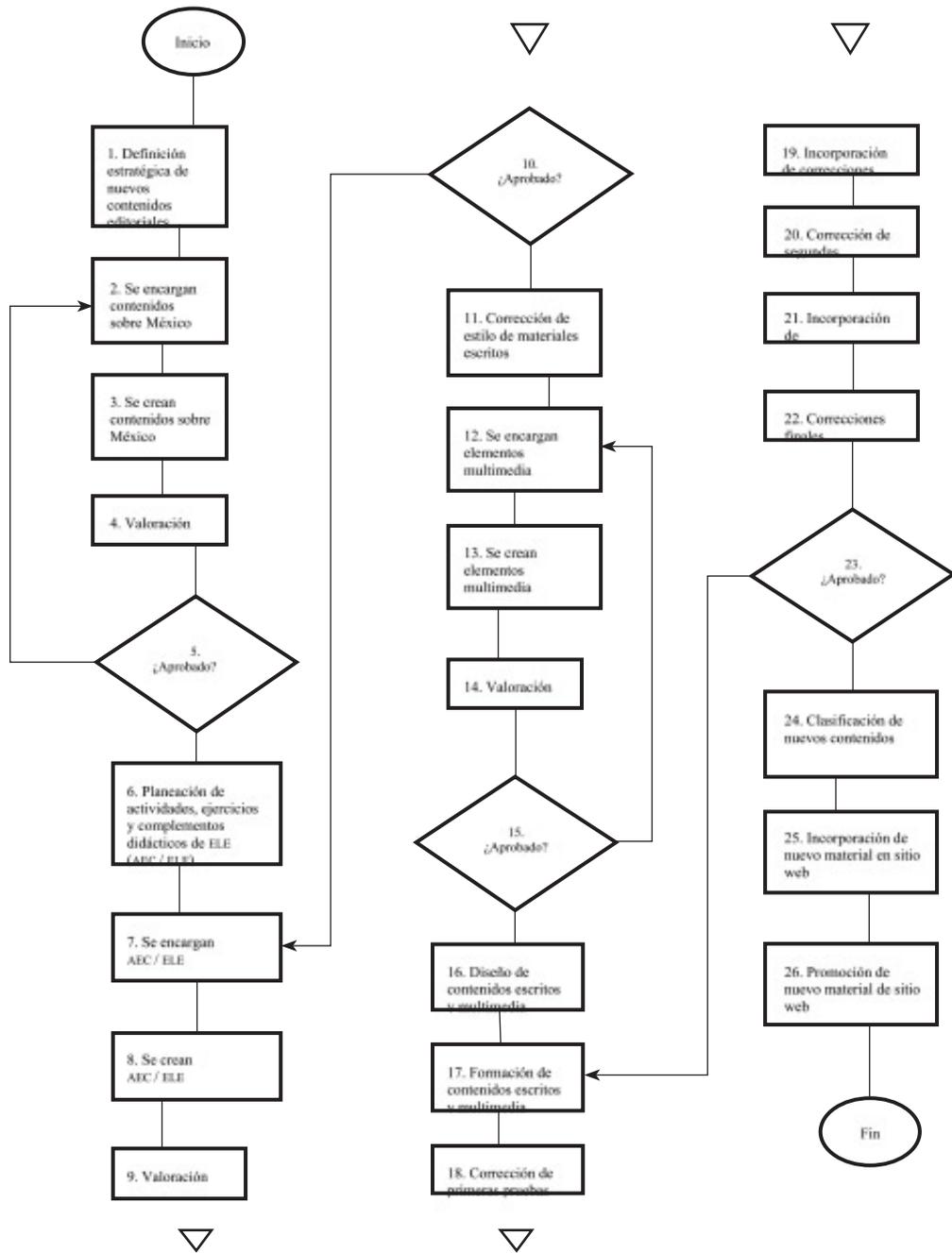
Descripción del puesto	Nombre	14. Colaborador externo del Mantenimiento del Sitio Web (<i>Web Master</i>)
	Misión	Asegurarse del buen funcionamiento, el mantenimiento y la actualización del sitio web.
	Responsabilidades	Funcionamiento, mantenimiento y actualización del sitio web.
	Funciones	Incorporar los nuevos materiales al sitio web. Dar seguimiento a las funciones del sitio web. Detectar y resolver cualquier problema en el sitio web. Dar mantenimiento al sitio web. Proponer actualizaciones. Gestionar el contacto con los usuarios del sitio web.
	Salario	Pago por evento
Perfil del puesto	Áreas de conocimiento	Diseño, Programación, Internet, Redes sociales, Programación y sistemas
	Escolaridad	Licenciatura
	Idiomas	Mínimo 2
	Áreas de experiencia	Diseño, Programación, Internet, Redes sociales
	Horario	Independiente
	Disponibilidad para viajar	No
	Competencias laborales	Responsabilidad, organización, comunicación, relaciones públicas, creatividad e ingenio.
Dependencia y tramo de control	Depende del Coordinador del Departamento de Edición y Diseño (3).	

Descripción del puesto	Nombre	15. Colaboradores externos de Programación
	Misión	Crear una sitio web que satisfaga las necesidades de la editorial y de sus lectores.
	Responsabilidades	Creación de la página web. Elaboración y seguimiento de requerimientos técnicos del sitio web.
	Funciones	Dar asesoría en la contratación de un servidor, en la compra de un dominio y en la contratación de un servicio de alojamiento. Creación del sitio web. Ejecución de futuros encargos para la modificación, mantenimiento y actualización del sitio web.
	Salario	Pago por evento
Perfil del puesto	Áreas de conocimiento	Programación y Computación.
	Escolaridad	Licenciatura o Maestría Ingeniería en sistemas o Programación computacional
	Idiomas	Mínimo 2
	Áreas de experiencia	Programación de páginas web multimedia.
	Horario	Independiente
	Disponibilidad para viajar	No
	Competencias laborales	Creatividad, ingenio, practicidad, cumplimiento de plazos acordados.
Dependencia y tramo de control	Depende del Coordinador del Departamento de Edición y Diseño (3).	

Los tiempos aproximados requeridos para la creación y puesta en funcionamiento el proyecto *Habla México* se detallan en el siguiente cronograma:

Cronograma de <i>Habla México</i>	2015												2016												
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Investigación de mercado	*	*																							
Creación de modelo funcional del sitio web, sus contenidos y sus funciones	*	*	*																						
Contacto con primer grupo de lectores		*	*																						
Conseguir financiamiento inicial			*	*																					
Contratación de colaboradores					*																				
Elaboración página web					*	*	*	*	*	*	*														
Creación o recopilación de primeros materiales México					*	*	*	*	*	*	*	*	*												
Creación de primeras actividades, ejercicios y complementos de didáctica ELE					*	*	*	*	*	*	*	*	*												
Corrección de materiales escritos										*	*	*	*	*	*										
Creación o recopilación y edición de primeros elementos multimedia					*	*	*	*	*	*	*	*	*												
Diseño del sitio web														*	*	*	*	*	*						
Diseño de las páginas web del sitio														*	*	*	*	*	*						
Diseño de los contenidos														*	*	*	*	*	*						
Incorporación de primeros contenidos en sitio web																*	*	*							
Contratos legales de derechos de autor					*	*								*	*										
Pago de derechos de autor y a colaboradores					*	*								*	*										
Creación, diseño, estructura y organización cursos de capacitación para profesores de ELE													*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		
Planeación y organización de viajes en México para estudiantes de ELE													*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		
Difusión del sitio web																	*	*	*	*	*	*	*		
Promoción del sitio web																				*	*	*	*		
Lanzamiento del sitio web																							*		

Si bien será necesario crear múltiples diagramas de flujo de cada una de las actividades particulares que conforman el proceso editorial de planeación, creación, edición, diseño, publicación y difusión de los contenidos del sitio de internet *Habla México*, a continuación presento un diagrama de flujo general, que más que ser funcional, tiene el objetivo de dar una idea de cómo sería el flujo de trabajo en el área editorial de esta asociación civil. Cabe señalar que para un óptimo funcionamiento de la editorial, se elaborarán manuales de políticas y procedimientos de la editorial, los cuales serán debidamente publicados, difundidos y compartidos entre los internos y a veces también con los externos.



4. El producto editorial

Como producto editorial, el sitio de internet *Habla México* se verá beneficiado por las posibilidades que ofrecen las publicaciones digitales, incluso por medio de su actualización constante gracias a las innovaciones tecnológicas que vayan surgiendo. Durante todo el proceso de creación, enriquecimiento y mantenimiento del sitio se procurará sacar el mayor provecho de los recursos disponibles y asimismo se intentará cubrir de la mejor manera las necesidades de los usuarios.

4.1 Aspectos económicos

El proyecto *Habla México* se realizará bajo el régimen fiscal imperante para una asociación civil. Tanto la búsqueda de patrocinios o créditos iniciales, como un cálculo total aproximado del proyecto (por uno, cinco y diez años) debe hacerse considerando:

<i>Inversión inicial</i>	Registro de la Asociación Civil ante notaría (aprox. \$10,000 MXN) Contratación del servidor y compra de dominio o dirección IP (aprox. \$35 USD por año). Contratación del Alojamiento Web (aprox. \$200 USD por año) Programación del Sitio Web (aprox. \$15,000 MXN) Mobiliario Computadoras (aprox. \$12,000 MXN cada una)
<i>Gastos fijos de la empresa</i>	Sueldo del Director general Sueldo del Coordinador del Departamento de Edición y Diseño Sueldo del Coordinador de materiales México y material didáctico AEC/ELE Sueldo del Coordinador de Ventas, Promoción y Redes sociales Sueldo del Asistente Renta del local Renta de internet Luz Teléfono Agua Otros servicios de mantenimiento
<i>Gastos por evento específicos (contratos eventuales)</i>	Servicios externos <i>free lance</i> de redacción y recopilación de materiales México Servicios externos <i>free lance</i> de creación y redacción de actividades, ejercicios y complementos didácticos ELE Servicios externos <i>free lance</i> de corrección primeras pruebas Servicios externos <i>free lance</i> de corrección segundas pruebas Servicios externos <i>free lance</i> de lectura de finas Servicios externos <i>free lance</i> de traducción Servicios externos <i>free lance</i> de creación de contenidos multimedia Servicios externos <i>free lance</i> de diseño y formación Servicios externos <i>free lance</i> de mantenimiento del Sitio Web
<i>Gastos por evento (según tareas o acuerdos fijos)</i>	Servicios del Asesor Jurídico Servicios del Programador Servicios del Administrador contable Pagos por Derechos de Autor

Para el primer año, durante el cual se llevará a cabo el desarrollo y puesta en marcha del proyecto *Habla México*, se requiere de un monto inicial aproximado de 4 millones de pesos; lo cual no representa una muy alta erogación para las grandes fundaciones, sobre la base de un conjunto de productos y servicios que se piensan difundir a nivel mundial.

Los patrocinios se buscarán a través de diferentes fundaciones, como por ejemplo: Fundación Konrad-Adenauer, Fundación Ford, Banco Mundial, Fundación Telmex, Fundación Banamex, Fundación de la Universidad de Guadalajara, Conaculta, Secretaría de Educación Pública y Secretaría de Relaciones Exteriores, entre otras. El universo de fundaciones a las cuales se podría proponer con éxito el proyecto es muy amplio, ya que potencialmente resulta un mecanismo viable para difundir nuestra cultura y sus variantes lingüísticas, y de esta forma contribuir a impulsar la economía y el turismo nacionales, así como a abrir para México nuevos campos de desarrollo y relaciones a nivel internacional con diversas instituciones. A cambio de su apoyo económico —el cual para la mayor parte de estas organizaciones es deducible de impuestos mediante recibo de donativos— *Habla México* les dará crédito y fortalecerá su imagen en un espacio visible del su sitio de internet. También se les dará reconocimiento explícito en la opción del portal inicial llamada “Quiénes somos”, y en cada una de las actividades públicas que se realicen en nombre del instituto.

Los contenidos editoriales se podrán consultar en del sitio de internet *Habla México*, y algunos de ellos (los materiales didácticos como apoyo del ELE) estarán disponibles para su descarga. Sin embargo, para tener acceso al sitio el usuario deberá primero inscribirse; esto asegurará un incremento en el número de suscriptores de la página (algo muy valioso en términos de la comercialización que después se lleve a cabo con el sitio, por ejemplo, en cuanto a el valor de los espacios de publicidad). Los usuarios inscritos podrán consultar y descargar sólo una muestra de los contenidos. Pero si desearan gozar de un acceso más amplio y durante un periodo mayor, deberán cubrir un precio por suscripción. Para facilitar el proceso de pago, así como para asegurar parte de los ingresos por un tiempo determinado, se ofrecerán distintos paquetes de costo variable, que resultarán atractivos tanto para usuarios individuales, como para instituciones que quieran contar con el servicio de manera continua:

PAQUETE	TIEMPO	NÚMERO DE USUARIOS INCLUIDOS	NÚMERO DE DESCARGAS PERMITIDAS	COSTO (MXN O SU EQUIVALENTE EN DÓLARES)
Básico individual	1 semana	1	20	\$ 100
Clásico individual	1 mes	1	60	\$ 200
Premium individual	1 año	1	ilimitado	\$2500
Básico para grupo	1 semana	30	60	\$ 150
Clásico para grupo	1 mes	30	200	\$ 300
Premium para grupo	1 año	60	ilimitado	\$ 3400

Además, cada descarga tendrá un pequeño costo adicional de aproximadamente 15 pesos o su equivalente en dólares. Para garantizar la seguridad de los pagos en línea, se utilizará un servicio externo reconocido como PayPal o tienda en línea segura. De lo anterior se deduce que los usuarios del sitio se podrán clasificar en tres grupos:

a) el del usuario que sólo se inscribe para entrar a los contenidos gratuitos, y que engrosa la base de datos que genere el sitio, aumenta el número de visitantes y el número de hits;

b) el del usuario interesado en consultar y descargar los contenidos con mayor libertad, por lo que estará dispuesto a pagar por ello;

c) el del usuario que se involucra tanto con el sitio que además lo recomienda, participa en sus foros, y crea una comunidad en redes sociales, Twitter, Google+...

El cálculo para determinar el punto de equilibrio y generar utilidades —así como para evaluar objetivamente sus beneficios sociales, educativos y culturales— dependerá también de otros factores:

- número y tipo de usuarios que visitan el sitio;
- tiempo de permanencia en el sitio y número de *clicks* que se hacen en éste;
- ganancias directas de los cursos de formación para profesores de español (en línea y presenciales);
- ganancias directas de la organización de viajes por la República Mexicana para estudiantes de ELE;
- ventas directas de servicios de publicidad;
- ventas de publicidad indirectas por medio de sistemas como Google AdWords;

- suscripciones al boletín de novedades;
- y en un futuro, ventas de las publicaciones.

Tres argumentos sólidos me permiten afirmar que existe una oportunidad de negocio, que es factible, sustentable y se debe invertir en ella: primero, el área de oportunidad en el mercado actual de la enseñanza de ELE; segundo, los beneficios que conlleva un proyecto de esta naturaleza para México desde el punto de vista cultural, económico y social; y tercero, las fuentes de ingresos mencionadas en la lista anterior. Tómese como muestra de estas últimas un primer panorama de lo que podrían costar los espacios de publicidad del sitio tomando como modelo los de la *Revista de la Universidad de México* en versión digital²⁶.

Tipo de anuncio	Precio	Despliegue en página inicial del sitio	Despliegue en otras páginas del sitio
<p>Cuadro grande (550x400 píxeles a 72 dpi en JPG). Pop up con opción a cerrar, con despliegue en la página principal.</p> <p>Banner (300x183 píxeles a 72 dpi en JPG o animación Flash) en la parte inferior de la columna derecha en todas las páginas interiores.</p>	<p>Un mes: \$30,000.00</p> <p>Tres meses (descuento 10%): \$81,000.00</p>		
<p>Banner horizontal (989x110 píxeles a 72 dpi en JPG). Pop up con opción a cerrar, con despliegue en las páginas iniciales de 6 secciones de la revista.</p> <p>Banner (300x183 píxeles a 72 dpi en JPG o animación Flash) en la parte inferior de la columna derecha en 10 páginas interiores de las secciones del menú principal.</p>	<p>Un mes: \$20,000.00</p> <p>Tres meses (descuento 10%): \$54,000.00</p>		
<p>Banner (300x183 píxeles a 72 dpi en JPG o animación Flash) en la parte inferior de la columna derecha en la página principal y en 10 páginas interiores de las secciones del menú principal.</p>	<p>Un mes: \$10,000.00</p> <p>Tres meses (descuento 10%): \$27,000.00</p>		

26 Información proporcionada por Sandra Heiras, editora de la *Revista de la Universidad de México*.

El tiempo que llevará alcanzar el punto de equilibrio está todavía por determinarse; pero un cálculo aproximado permite suponer que se estará generando un superávit a partir del segundo año. Cabe señalar que dependiendo de los resultados de *Habla México*, los convenios con las fundaciones que hayan apoyado el proyecto se podrían extender a varios años.

4.2 Sustentabilidad

Por sus características intrínsecas, se puede afirmar que el aspecto editorial del proyecto *Habla México* es sustentable en varios sentidos. Desde el punto de vista económico, por una parte, favorece a los lectores al ofrecer sus materiales a costos moderados; por otra, ayuda a fomentar el flujo económico al poner en contacto (vía la publicidad que se encontrará en el sitio) a los lectores con un sinfín de instituciones, organismos, asociaciones, redes, empresas y publicaciones que puedan ser de su interés. Además, motiva la entrada de recursos extranjeros a nuestro país.

Desde el punto de vista social, el sitio de internet *Habla México* constituye un gran esfuerzo por ayudar en el proceso de enseñanza y aprendizaje del español como lengua extranjera, haciendo énfasis en la variante mexicana de la lengua, y dando a conocer su cultura y las formas de ser de su gente. Este hecho no sólo ayuda a los estudiantes y a los profesores de ELE, sino también propicia indirectamente el crecimiento económico del país, gracias a que refuerza el papel que tiene el español de México en el mundo y fomenta la visita (académica, laboral o turística) de los extranjeros.

En cuanto a la perspectiva ambiental, al no tratarse de publicaciones en papel sino de la transmisión de contenidos editoriales a través de archivos electrónicos y medios digitales, se está afectando en una medida menor el medio ambiente (la información se puede transmitir sin usar papel, sin embargo, el gasto de electricidad y la contaminación que producen los soportes tecnológicos en los que ésta es consultada sí afectan considerablemente al ambiente).

4.3 Aspectos legales

Los materiales editoriales y los servicios educativos de la asociación civil *Habla México* se harán del conocimiento público mediante su difusión a través de un sitio de internet del mismo nombre. El almacenamiento y la transmisión de la información serán por medios digitales. Únicamente aquellas actividades, ejercicios y complementos didácticos que produzca la editorial serán descargables en forma de archivos digitales (textos: .doc, .pdf; imágenes: .jpg, .gif; audio: .mp3, podcast; video: .mov, .mp4, etcétera), y se autorizará su reproducción futura para fines didácticos; sin embargo, en caso de que los usuarios descarguen y reproduzcan este tipo de contenidos, deberán siempre citar la fuente, es decir, la dirección electrónica del sitio de internet *Habla México*. En lo que respecta al resto de los materiales, se recurrirá a todas las herramientas tecnológicas que estén al alcance (por ejemplo, las tecnologías del *Digital Rights Management* o *Digital Restrictions Management*, un software orientado a controlar todo lo que es posible hacer con el contenido digital) para garantizar la protección de su propiedad intelectual, y para impedir que éstos sean alterados o reproducidos ilícitamente por los lectores.

Serán varios los contratos civiles que necesitará hacer el área editorial del instituto registrado como asociación civil. A continuación se identifican, se describe su propósito y se aclara su uso.

a) Con los autores a los que se solicitará que generen algunos de los contenidos que se publicarán en el sitio de internet, se celebrará un contrato civil de obra por encargo. Se tratará de obras intelectuales (de autor conocido, inéditas, primigenias e individuales o de colaboración) que podrán pertenecer a diferentes ramas: literarias, musicales, pictóricas, caricatura e historieta, audiovisuales o de diseño gráfico. En el artículo 83 de la Ley Federal de Derechos de Autor se especifica que: “obras por encargo son las que se realizan en cumplimiento de un convenio por el cual se le encomienda al autor que, a cambio del pago de una remuneración, cree determinada obra para ser utilizada en la forma y con los alcances estipulados en el propio contrato”²⁷. Los términos de los contratos serán claros y precisos en cuanto al hecho de que los autores conservan el derecho moral

de paternidad; es decir, en toda forma de divulgación que se haga de los materiales por ellos creados, se les dará crédito presentando su nombre (y, si es pertinente, el perfil profesional) unido a su obra, salvo en caso de que se pacte lo contrario. Asimismo, el contrato explicitará que de acuerdo a la Ley Federal de Derechos de Autor (LFDA), la asociación civil *Habla México* adquiere por este medio legal los derechos morales de divulgación, integridad de la obra y modificación; también detendrá todos los derechos patrimoniales. Como titulares de los derechos patrimoniales, según el artículo 27 de la LFDA, se podrá autorizar o prohibir: “La reproducción, publicación, edición o fijación material de una obra en copias o ejemplares, efectuada por cualquier medio, ya sea impreso, fonográfico, gráfico, plástico, audiovisual, electrónico, fotográfico u otro similar”. Igualmente se podrá autorizar o prohibir la transmisión o retransmisión de la obra, su distribución, explotación y divulgación por cualquier medio y en “cualquiera de sus modalidades, tales como la traducción, adaptación, paráfrasis, arreglos y transformaciones”.

b) En el caso de que los materiales hayan sido previamente creados, divulgados o publicados, y no sean del dominio público, la asociación civil *Habla México* solicitará y pagará la licencia de uso a los autores o los titulares de los derechos de autor. Para esta operación se empleará un contrato de edición (por medio del cual se adquirirán los derechos sobre la obra que se va a explotar), o bien, un contrato de licencia de uso (por el que sólo se obtendrá un permiso para un uso específico). En cualquier caso, es necesario tomar en cuenta que los derechos patrimoniales son independientes entre sí y también sus modalidades de explotación, por lo que en estos contratos se debería precisar cuáles derechos patrimoniales se quieren adquirir, y cuáles no.

En cambio, todas aquellas actividades, ejercicios y contenidos didácticos relacionados con la enseñanza del ELE con los que se enriquezcan las posibilidades de uso y aplicación de las obras contratadas según los incisos *a* y *b*, así como el diseño y la programación con los que se presenten, se generarán en las condiciones de una obra creada bajo relación laboral por los empleados del área editorial de la asociación civil. Con cada uno de ellos se habrá firmado un contrato individual de trabajo por escrito en donde así lo conste.

27 María Fernanda Mendoza, *El Derecho de Autor en el contexto universitario*, México, 2011, presentación utilizada en la clase sobre Derechos de Autor impartida en el segundo trimestre de la Maestría en Diseño y Producción Editorial de la UAM-Xochimilco.

Por último, con los colaboradores eventuales del sitio, cuyos servicios se contratarán de forma temporal y externa, se celebrará un contrato civil de prestación de servicios profesionales.

Cabe señalar que como edición digital periódica *Habla México* necesita de algunos derechos especiales, como por ejemplo, el derecho de comunicación pública, pues el poner materiales a disposición pública por medio de internet es un acto de comunicación pública. Por otra parte, al estar ofreciendo materiales que se van a poder descargar por los lectores, también es necesario que se obtenga el derecho de reproducción de los mismos. Cabe señalar que si bien los autores tienen el derecho de distribución, una forma de distribución de este tipo (por descarga), como no se considera distribución física, no está amparada por la ley en México; para cuidar al autor, habría que adecuar los contratos correspondientes.

El registro de obra, de edición y de los contratos civiles antes mencionados en los que se registren las obras (dado que acreditan la forma en que la editorial adquiere la titularidad de los derechos) se hará ante el Instituto Nacional de Derechos de Autor. Para ello, previamente se tendrá que haber hecho la conformación notariada de la asociación civil, así como su inscripción ante la Cámara Nacional de la Industria Editorial.

El registro legal del sitio de internet *Habla México*, en calidad de publicación periódica electrónica, conllevará varios trámites ante diferentes autoridades²⁸:

1. Solicitud de dictamen previo de antecedentes de reserva de derechos para publicación periódica (en cualquier de sus géneros y especies) ante el INDAUTOR.

2. Una vez obtenido el resultado, en caso de ser positivo, realizar una búsqueda de antecedentes fonéticos de marca para publicaciones (medios impresos) ante el IMPI.

3. En caso de obtener un resultado positivo, solicitar el trámite de reserva de derechos al uso exclusivo para publicación periódica (en el género y especie deseado) y marca para proteger el nombre de la publicación periódica (doble protección a través de los derechos reconocidos por la Ley Federal del Derecho de Autor y la Propiedad Industrial a través de la Ley de la Propiedad Industrial).

28 Guillermo Pous, *Derechos de Autor*, México, 2011, presentación utilizada en la clase sobre Derechos de Autor impartida en el segundo trimestre de la Maestría en Diseño y Producción Editorial de la UAM-Xochimilco.

4. Una vez obtenido el certificado de reserva de derechos al uso exclusivo para publicación periódica, se solicita el ISSN —solamente en el caso de revistas—, ante el INDAUTOR.

5. Habiendo sido asignado el ISSN, solicitar su traducción a código de barras ante Asociación Mexicana de estándares para el Comercio Electrónico (AMECE) con fines de poder colocarla en el mercado (introducción en el comercio con una fácil identificación).

6. De igual modo se solicitan los certificados de Licitud de Título y Licitud de Contenido ante la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas.

Por otra parte, siguiendo las indicaciones del artículo 17 de la LFDA, todos los contenidos ostentarán los siguientes datos en un sitio visible:

- Registro de la constitución de la asociación civil;
- la expresión “Derechos Reservados”, o su abreviatura “D. R.”, seguida del símbolo ©;
- registro del ISSN como publicación periódica electrónica;
- el nombre completo del autor;
- el nombre completo de la asociación civil;
- la dirección legal de la asociación civil, y
- el año de la primera publicación.

En caso de que en un futuro los materiales lleguen a producirse también en forma impresa, todos estos datos aparecerán en la página legal de las publicaciones.

Finalmente, en la parte inferior del menú inicial del portal de internet *Habla México* habrá un vínculo llamado “Políticas de privacidad” en donde se especificará el uso correcto y legal que se hará de la información personal que determinado momento lleguen a proporcionarnos los usuarios del sitio.

4.4 Características de la producción

El primer paso hacia la creación del sitio de internet *Habla México* será contratar los servicios de un servidor de internet para comprar el dominio del sitio o dirección IP (previamente se tiene que elegir la denominación y para eso hay que ponderar las opciones viables). Este servidor dirigirá a los usuarios de internet a la base de datos de la editorial cada vez que tecleen el nombre del sitio *Habla México*. Para realizar esta contratación, es de gran ayuda acudir a un sitio de internet reconocido y confiable que se dedique al tema, como por ejemplo el de <http://www.godaddy.com>, por medio del cual es más fácil comparar cotizaciones y posibilidades de contratación. Al elegir opciones se deberán muy tomar en cuenta los siguientes factores según el nombre que se elija para el sitio:

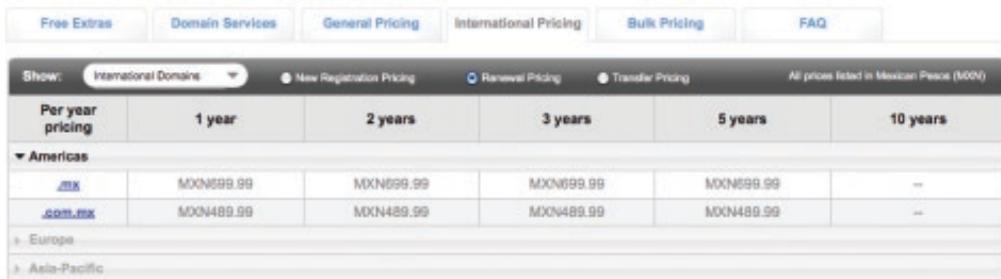
- precio de primera contratación



The screenshot shows the Godaddy pricing interface for International Domains. The 'New Registration Pricing' tab is selected. The table displays prices for various domain extensions over different terms.

Per year pricing	1 year	2 years	3 years	5 years	10 years
▼ Americas					
.mx	MXN699.99	MXN699.99	MXN699.99	MXN699.99	--
.com.mx	MXN489.99	MXN489.99	MXN489.99	MXN489.99	--
▶ Europe					
▶ Asia-Pacific					

- precio de renovación



The screenshot shows the Godaddy pricing interface for International Domains. The 'Renewal Pricing' tab is selected. The table displays prices for various domain extensions over different terms.

Per year pricing	1 year	2 years	3 years	5 years	10 years
▼ Americas					
.mx	MXN699.99	MXN699.99	MXN699.99	MXN699.99	--
.com.mx	MXN489.99	MXN489.99	MXN489.99	MXN489.99	--
▶ Europe					
▶ Asia-Pacific					

- paquetes que incluyen otros servicios

Free Extras
Domain Services
General Pricing
International Pricing
Bulk Pricing
FAQ

Everything you need to get online - FREE with your domain.

Each and every Go Daddy domain name comes with all you need to get online. The cost of your domain registration includes a one-page website, spam-free email account, photo album and more - all 100% FREE!

Hosting with Website Builder

Design a one-page website for you, your family or your business in minutes! Just choose your theme and add your own text, background and contact form -- it's that easy! Hosting for your InstantPage® site is also included. †

Personalized Email

Start sending email right away from your free email account: info@yourdomainname.com.

Photo Album

Share photos of your new baby or latest adventure with Online Photo Album. Offers login-free sharing at your personal domain name (password protection is optional). †

"For Sale" Page

Looking to sell your domain name? Let the world know with this pre-built Web page -- a few seconds is all it takes.

Getting Started Guides

Step-by-step instructions on getting your business or personal website up and running in a few hours. Includes tons of examples.

Domain Forwarding and Masking

Direct any domain name you own to your website -- anyone who types that domain name into their browser is taken directly to your website.

Domain Locking

Domain locking prevents accidental or intentional transfers of domain ownership and stops anyone from redirecting your nameservers.

Total DNS Control

Manage your domain nameserver (DNS) records and set your email, FTP, sub-domains and website location -- all from one control panel.

Change of Registration

Assign your domain name to someone else or change the contacts for your domain online anytime. Requires a fee for domains.

Status Alerts

Monitor the status of your domain and get instant alerts if there's been a change.

Auto Renew Protection

No need to watch expiration dates to make sure you renew on time! Auto renew keeps your domains, hosting, website builders, and other products in your name and under your control.

El segundo paso es contratar el servicio de alojamiento web (*hosting*) que pueda escalar, en donde se almacenará la base de datos de la editorial, con información, imágenes, audios, videos, animaciones, ilustraciones, etcétera. Estos archivos pueden ser subidos a la base de datos por medio del Protocolo de Transferencia de Archivos (*File Transfer Protocol: FTP*). Se deben descartar los alojamientos web gratuitos, pues su espacio y tráfico es muy limitado, además de que agregan publicidad. Al parecer aquí el costo sí es equivalente a la calidad. La contratación del alojamiento web se puede hacer también mediante sitios como el que se menciona y cita arriba (*Godaddy*). Para esta toma de decisiones es indispensable explorar las opciones con la ayuda del programador, pues se deben tomar en cuenta varios factores:

- presupuesto del proyecto
- tamaño de la información que se necesitará almacenar
- especificaciones técnicas de los contenidos o páginas del sitio que pueden aumentar el espacio de almacenamiento requerido
- número de bases de datos requeridas (en el caso de este proyecto, sólo es una)
- capacidad de tránsito del servicio
- conexión con usuarios suficiente
- servicios de energía
- posibilidad de contratar también un servicio de respaldo

Con estas consideraciones, se pretende evitar errores frecuentes en la cotización y contratación de un alojamiento web, como pueden ser: contratar servicios que incluyan publicidad no deseada, insuficiente o demasiada capacidad de espacio de almacenamiento, contratar más bases de datos de las que realmente se necesitan (por lo que se incurre en un gasto innecesario), insuficiente capacidad de tránsito, servicios deficientes de energía. También es necesario aprovechar todos los medios disponibles para economizar recursos, pues por ejemplo, se puede ahorrar mucho espacio de almacenamiento incrustando gratuitamente algunos de los contenidos del proyecto en otros sitios web tan populares como YouTube (se podría incluso crear un canal de YouTube propio para presentar ahí muchos de los contenidos multimedia de la editorial, especialmente videos y audios).

El tercer paso hacia la creación del sitio de internet *Habla México* será instalar en el alojamiento web que se haya contratado un Sistema de Gestión de Contenidos (Content Management System: CMS). Éste es normalmente gratuito. Para un sitio como el propuesto sería recomendable elegir una plataforma establecida como la de WordPress, una de las más usadas comúnmente, pues su interfaz —la cual utiliza el código HTML y archivos CSS para el diseño— es muy práctica y sencilla de usar, por lo que el encargado del sitio web y otros miembros del equipo editorial pueden aprender rápidamente a usarla.

El cuarto paso en este proceso es contratar por fuera a un programador para adecuar la plataforma de WordPress o el CMS que se haya elegido a las necesidades y modalidades particulares del proyecto *Habla México*. Esta tarea se puede llevar aproximadamente tres o cuatro meses. Más adelante, se contratará personal externo (un web master) para que se encargue del sitio, es decir, de su buen funcionamiento, mantenimiento y actualización; asimismo, supervisará todos los servicios contratados que en esta parte de la exposición se han mencionado. También gestionará el contacto con los usuarios del sitio, y será responsable de llevar un registro de ellos por medio de la tecnología de Google Analytics, por ejemplo, la cual es gratuita y permite llevar un control de información sumamente valiosa sobre el uso que se le está dando al sitio, y otros datos sobre sus usuarios, su tipo de navegación y sus preferencias. Ésta será una manera eficaz de comprobar si el sitio de internet, sus contenidos y sus funciones están operando correctamente y como era esperado.

A mediano y corto plazo, se pueden crear aplicaciones para distintos dispositivos móviles, como los de Apple o Android (este último tiene un mayor mercado en México). Éstas se descargan de las llamadas “tiendas virtuales” a las que hay que pagarles una renta mensual. Una vez que el usuario ha instalado en su dispositivo móvil la aplicación de *Habla México*, sin costo alguno para él, podrá consultar el sitio con mucho mayor comodidad (pues se verán mejor sus contenidos) y sin necesidad de estar conectado a la red. Únicamente deberá encargarse de bajar las actualizaciones del sitio con cierta frecuencia.

4.5 Estrategias de distribución, comercialización, promoción y difusión

Evidentemente, la principal estrategia de distribución de los contenidos del sitio de internet *Habla México* será la red de internet, lo que permitirá que usuarios en todo el mundo tengan un acceso a ellos relativamente fácil, inmediato y por un costo moderado. En lo que respecta a la comercialización, importa destacar que las estrategias se concentrarán en subrayar el inmenso valor de uso de los productos del sitio, como bienes culturales, sobre su “muy accesible” valor de cambio. Tanto la garantía de calidad, como la facilidad de consulta y el enorme provecho que se podrá obtener de los materiales ofrecidos en el sitio serán incentivos para que —a pesar de la amplia oferta de materiales didácticos de ELE disponibles gratuitamente en internet— los lectores estén dispuestos a pagar por su consulta o descarga: además, los costos serán relativamente bajos y muchos de los usuarios meta están acostumbrados a los sistemas de pago que para ello se emplearían. Además, para facilitar el proceso de pago, así como para asegurar parte de los ingresos por un tiempo determinado, como ya se mencionó, se ofrecerán distintos paquetes de suscripción con un costo variable. Y también se diseñarán promociones para generar más suscripciones; por ejemplo, beneficios para los usuarios que inviten a amigos a suscribirse al sitio, materiales de descarga gratuita, etcétera

Ahora bien, para lograr todo lo anterior resulta indispensable concebir un plan de marketing para la promoción y difusión, que ayude a vincular los productos del sitio de internet con el mercado meta al que se pretende conquistar y cuyas necesidades determinadas se quieren cubrir, a través de aquellas estrategias (a mediano y largo plazo) y técnicas (a corto plazo) de mercado que resulten más eficientes. Para ello, se considerarán tres aspectos fundamentales: *a*) las características del mercado meta; *b*) el posicionamiento del producto, es decir, su concepto e imagen, y *c*) el marketing mix que incluye las variables de “las cuatro P”: precio, producto, promoción y plaza o *place* en inglés — este último se refiere a la distribución y la logística—. Además este plan se completará con la definición de *d*) las estrategias de evaluación y retroalimentación.

Una propuesta inicial de estrategias de promoción y difusión incluye:

- Comunicación de información pertinente sobre el sitio, sus productos y sus servicios creando un perfil propio en redes sociales y otros sitios en internet (Facebook, Twitter, YouTube...).
- Boletines de noticias o *newsletters* enviados vía correo electrónico para mantener un contacto más directo con los suscriptores y seguidores, informándolos —con la frecuencia adecuada y bajo su consentimiento— de las novedades, actualizaciones, ofertas y otros elementos. Tienen un costo de operación muy bajo y ayudan a fortalecer la imagen del sitio de internet, sus productos y sus servicios. Además aumenta la fidelidad de los lectores.
- Para lo anterior se utilizará el sistema Mailchimp o iContact, herramientas profesionales de gestión listas de distribución y campañas de *emailing*, usadas para crear y enviar boletines de noticias, así como rastrear y monitorear los resultados. A través de esta herramienta se podrá enviar a los suscriptores información sobre las novedades y actualizaciones del sitio de internet, e igualmente se podrá hacerles llegar muestras de los contenidos editoriales, invitaciones a eventos, anuncios, etcétera. Por si fuera poco, sus plantillas de diseño ayudarán a mantener la imagen y la personalidad de la organización.
- También será necesario crear una lista de contactos, incluidos centros de investigación y docencia, instituciones y publicaciones culturales gubernamentales o privadas especializados en los temas que conformarán los contenidos de los materiales de *Habla México*, instituciones de enseñanza de ELE en México, y redes, asociaciones e institutos en el mundo dedicados al ELE.
- Promoción en eventos como congresos, seminarios y conferencias de temas culturales y sobre la enseñanza de lenguas o el español.
- Promoción en ferias del libro internacionales (las más importantes) y nacionales (FIL de Guadalajara, FIL de Minería, FIL del Zócalo capitalino).
- Promoción en eventos culturales como presentaciones de libros o de productos editoriales relacionados.

- Promoción en embajadas, consulados y centros culturales de México en el mundo, así como en embajadas y consulados de otros países en México.
 - Promoción en los mayores eventos culturales del país como el Festival Cervantino, el Festival del Centro Histórico, y las múltiples fiestas que se organizan en diferentes Estados de la República a lo largo del año.
 - Promoción en sitios de interés en todo el país, como zonas arqueológicas y museos.
- Publicidad (postales, separadores, folletos, pequeños catálogos, etcétera) en todos los puntos de información turística en el país.
- Publicidad en medios de comunicación internacionales: conferencias de prensa, reseñas, críticas, entrevistas, envío de novedades a columnistas y líderes de opinión.
 - Difusión positiva “boca a boca” de parte de los mexicanos hacia sus contactos extranjeros.

En cuanto a la evaluación de hasta qué punto el proyecto terminado de *Habla México* consigue dar respuesta a la necesidad que le dio origen, ésta se hará a través de diversos mecanismos, entre los que se encuentran:

- El registro del número de visitas al sitio *Habla México* a través de un contador de accesos del servidor (éstas se deberán poder analizar según diferentes criterios, como el mensual, el de los promedios diarios, el de los lugares de origen, etcétera).
- El número de seguidores en redes sociales por internet.
- Una base de datos con información sobre los lectores, suscriptores y seguidores.
- Usando el sistema Mailchimp o el iContact, se podrá crear estadísticas a partir de la valiosa información que estos sistemas ofrecen, sobre el uso que se ha dado a los correos de promoción; se sabrá quién ha abierto el correo, cuántos reenvíos se han producido, qué links del correo electrónico se han consultado y cuáles se han quedado en la carpeta de correo no deseado.
- La demanda y las ganancias directas que se generen por vía de los otros servicios que ofrece la asociación civil: cursos de capacitación, viajes organizados, publicidad, productos

editoriales impresos, principalmente.

- El análisis de la presencia de *Habla México* en los medios de comunicación (desde el punto de vista cualitativo y cuantitativo).

Es importante destacar que el proyecto *Habla México* no sólo se preocupará por su propia promoción en tanto producto editorial y servicios complementarios. En un grado quizá mucho mayor, una de las metas de este sitio de internet será el de constituirse como un fuerte medio de difusión de la cultura mexicana, de su uso del español, y de la riqueza de su gente.

4.6 Normas de diseño

El concepto y la imagen de *Habla México* son creados con base en sus características diferenciales y sus atributos, los cuales se pueden sintetizar en los siguientes puntos:

- los dos ejes básicos de este producto editorial son el español como segunda lengua y México y su cultura;
- el proyecto está amparado por una institución fuerte (como la Academia Mexicana de la Lengua), que le dé autoridad y soporte;
- los productos y servicios que ofrece *Habla México* son creados o realizados desde México por autores y personal altamente calificado, en colaboración con hablantes mexicanos reales y heterogéneos, lo que establece un contacto más próximo a nuestra cultura y acerca su experiencia de uso a lo que podría ser una visita al país;
- los materiales son de alta calidad;
- están organizados de una manera coherente y clara;
- la planeación de los contenidos cubre la secuencia básica y óptima de una lección de ELE (lo que le dará a los lectores la sensación de tener una guía, un modelo o una estructura confiable y funcional).

Enfatizar estos aspectos por medio del diseño y la imagen del sitio de internet, de sus contenidos y de sus servicios, permitirá que éstos se fijen de una manera más rápida y permanente en la mente tanto del público general como de sus distintos usuarios; es decir, se busca el posicionamiento de la marca en el mercado.

El logotipo que acompaña el nombre de la marca, *Habla México*, está diseñado pensando en lo anterior. Es una representación abstracta del territorio de la República Mexicana conformada por un conjunto de globos de diálogo (o bocadillos) como los que se utilizan en las historietas. Estos globos son una convención universal para integrar gráficamente el texto de los diálogos o pensamientos

designados al personaje al que apuntan. El lector sobreentiende que su contenido es sonoro.

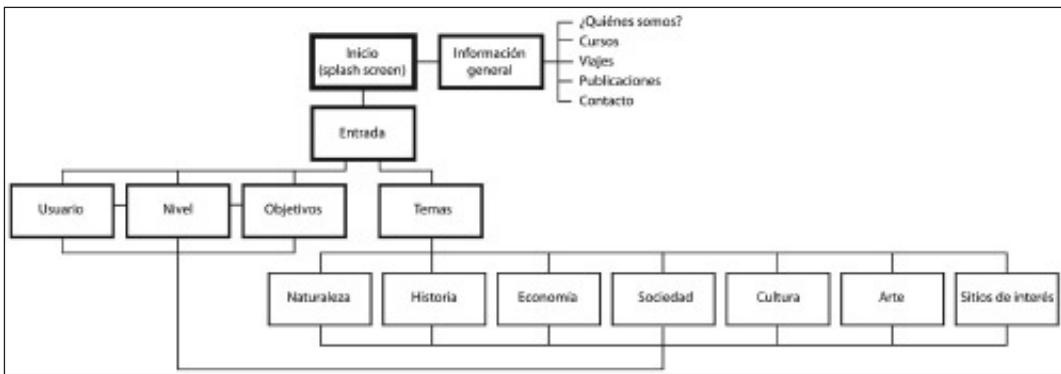


El logotipo propuesto también quiere enfatizar el aspecto sonoro del español de México. Es a partir del habla de los mexicanos como se construye este sitio de internet.



La diferencia de formas, tamaños y colores (estos últimos tomados de bardas y paredes coloridas muy comunes a lo largo y ancho de nuestro país, y que en combinación representan uno de sus atractivos turísticos) refleja la pluralidad y variedad de los hablantes nativos; esto no sólo enfatiza la idea de inclusión social —que es uno de los fundamentos de este proyecto—, sino también el objetivo de representar, de la manera más fiel posible, la mayoría de los aspectos de la cultura mexicana.

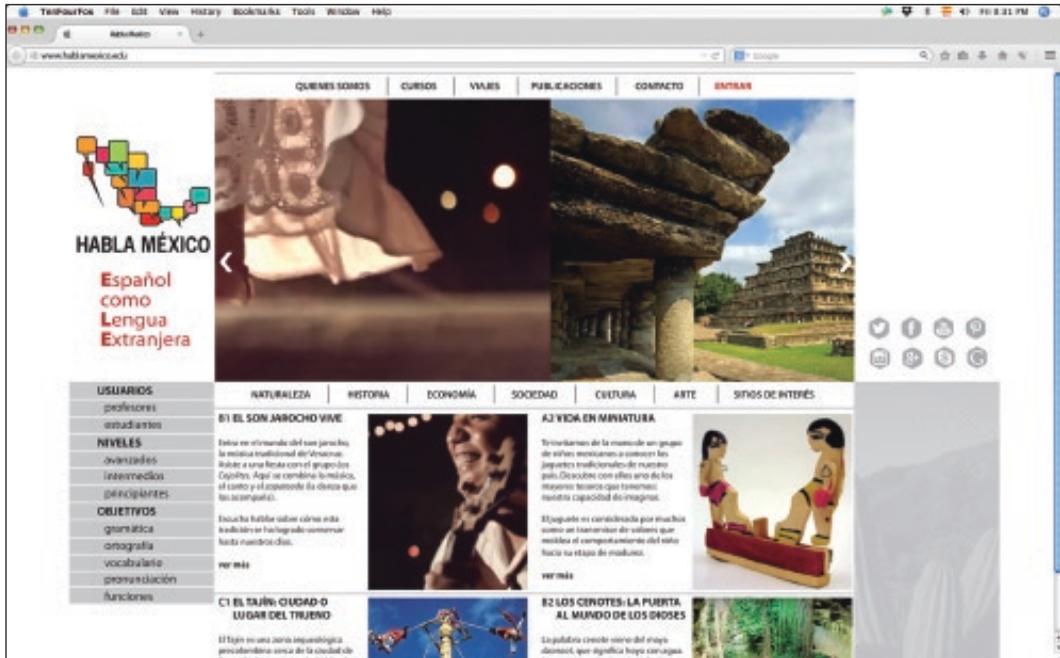
El diseño del sitio procura aprovechar al máximo las ventajas y posibilidades de la comunicación multimedia transmitida vía internet, buscando la sencillez y presentando la información de manera sintética y directa. Por ello, la estructura del sitio (es decir, el árbol de la información) es muy clara:



Se busca lograr una relación adecuada entre el contenido, el usuario final y la interfaz (esto es, la comunicación física y funcional entre ambos). La primera impresión de los usuarios frente al sitio de internet debe ser positiva, por lo que resulta fundamental que nuestro portal de inicio se legible, claro y efectivo, y que los usuarios puedan navegar por él con facilidad.

Al acceder al sitio el usuario se topa con una pantalla de inicio (o *splash screen*) donde se aprecia una galería de imágenes (fotos en movimiento rotatorio). En ella, además, hay “botones” para ingresar al sitio a partir de diferentes categorías que se cruzan dos ejes principales. En el vertical (a la izquierda) aparecen las categorías asociadas con el aprendizaje y la enseñanza del español

como lengua extranjera: usuario, niveles y objetivos²⁹; en el eje horizontal, en cambio, están los temas relacionados con la cultura mexicana: naturaleza, historia, economía, sociedad, cultura, arte y sitios de interés.

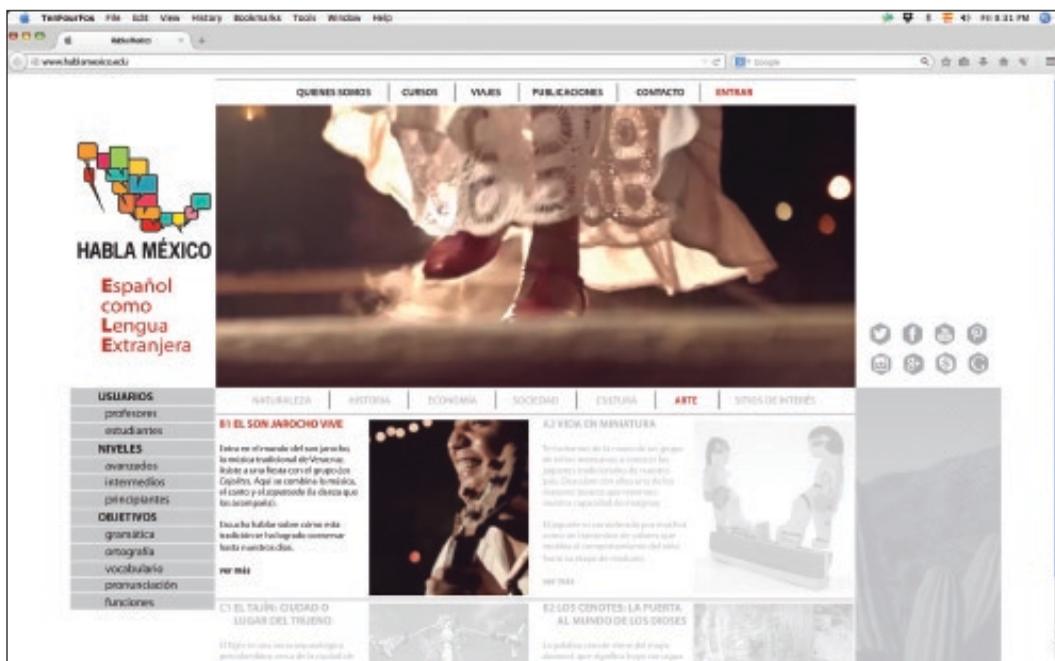


Esta pantalla de inicio contiene también un apartado de información extra —desplegada también en una línea horizontal superior— sobre: quiénes somos, cursos, viajes, publicaciones y contacto. Con esto cualquiera (la información podrá consultarse también en inglés) puede entender fácil y rápidamente de qué se trata el proyecto, quién lo crea y qué ofrece. Como se explicó en el

29 Estas opciones están acomodadas en orden ascendente de complejidad, de abajo hacia arriba, para darle la sensación al usuario de que puede ir subiendo de nivel conforme avanza en su conocimiento de la lengua; además, se podrán activar varias opciones a la vez, dependiendo de los intereses particulares de los usuarios.

apartado 4.1 al hablar sobre los aspectos económicos de *Habla México*, para tener acceso al sitio el usuario deberá primero inscribirse, pues algunos de los contenidos editoriales que ofrece el sitio serán gratuitos, pero otros sí tendrán un costo. El botón rojo de “Entrar” en la esquina superior derecha de la pantalla tiene la función de facilitar el registro de los usuarios³⁰.

Una vez que el usuario inicie una sesión y elija sus categorías de acceso, el sitio carga una segunda pantalla con el tema elegido (ejemplo: categoría *Arte* y tema *El son jarocho*) en la que los demás temas y categorías permanecen inactivos (o en gris).



30 En las pantalla que se desplegará al pulsar el botón “Entrar” el usuario deberá abrir una cuenta que se activará al momento en que pague la cuota correspondiente al paquete que haya elegido. La pantalla incluirá casillas para que el usuario las llene con los datos correspondientes, la información de los costos y servicios de los paquetes, para que elija el que más le convenga, y las posibles formas de pago. Si el usuario ya tiene una cuenta, simplemente se identificará con su nombre y contraseña para entrar al sitio.

Cuando el usuario decida regresar a la página general y acceder a un tema distinto, el sitio cargará las pantallas correspondientes a ese nuevo tema.

TEMPORAL File Edit View History Bookmarks Tools Window Help

www.hablamexico.edu

QUIÉNES SOMOS CURSOS VALES PUBLICACIONES CONTACTO ENTRAR

HABLA MÉXICO
Español como Lengua Extranjera

NATURALEZA HISTORIA ECONOMÍA SOCIEDAD **CULTURA** ARTE SITIOS DE INTERÉS

USUARIOS
profesores
estudiantes

NIVELES
avanzados
intermedios
principiantes

OBJETIVOS
gramática
ortografía
vocabulario
pronunciación
funciones

EJ EL SON AJROCHO VIVE
Este es el mundo del son ajrocho, la música tradicional de Yucatán que nació en una zona con el gran poder español. Aquí se combinan los ritmos del centro y el lenguaje de México que lo acompaña.

VER MÁS

AJ VEDA EN MINIATURA
Te invitamos de la mano de un grupo de artesanos a conocer los juguetes tradicionales de nuestro país. Creados con ellas son de las mujeres mayas que también muestran capacidad de imaginación.

VER MÁS

EJ LOS CIRIOTES: LA PUNTERA AL MUNDO DE LOS DROTES
El juego es parte esencial del juego de niños, que significa jugar con reglas.

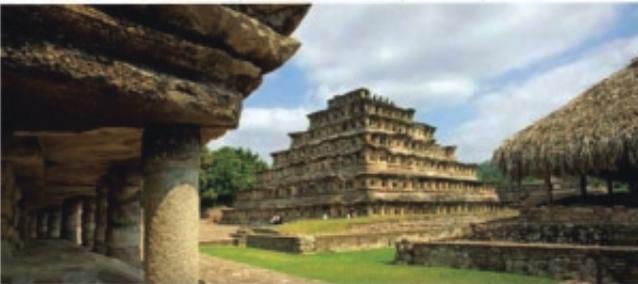
TempoFos File Edit View History Bookmarks Tools Window Help

www.hablamexico.edu

QUIÉNES SOMOS | CURSOS | NIVELES | PUBLICACIONES | CONTACTO | **ENTRAR**



HABLA MÉXICO
Español como Lengua Extranjera



NATURALEZA | **HISTORIA** | ECONOMÍA | SOCIEDAD | CULTURA | ARTE | SIGNOS DE INTERÉS

USUARIOS
profesores
estudiantes

NIVELES
avanzados
intermedios
principiantes

OBJETIVOS
gramática
ortografía
vocabulario
pronunciación
funciones

E1 EL SON JAROCHO VIVE
En la zona del estado del son jarochero, la música tradicional de Veracruz, sigue en una fiesta anual en el municipio Cosoleacaque. Aquí se celebra la música, el canto y el baile de la danza que los caracteriza.
Para más detalles sobre cómo esta tradición se ha podido conservar hasta nuestros días, ver más.

E2 VIDA EN MINISTRETA
En Veracruz se dice la vida de un grupo de niños ministreros a través de los juguetes de plástico de colores que juegan. Ellos usan sus colores como los representantes que los niños ministreros utilizan para jugar.
El juguete se construye por muchos colores y materiales de plástico que los niños de colores juegan, así como los juguetes de plástico.
ver más

E3 LOS CENOTES: LA PUERTA AL MUNDO DE LOS DIOSES
La palabra cenote viene del maya que significa "caja que contiene agua".

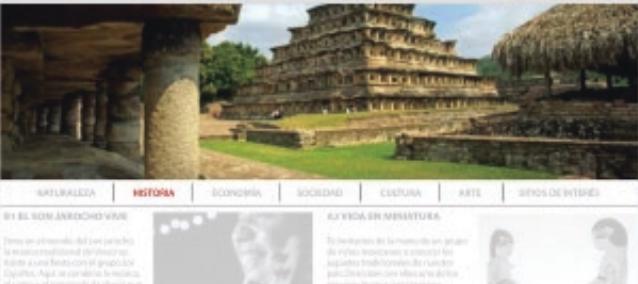


TempoFos File Edit View History Bookmarks Tools Window Help

www.hablamexico.edu



HABLA MÉXICO
Español como Lengua Extranjera



NATURALEZA | **HISTORIA** | ECONOMÍA | SOCIEDAD | CULTURA | ARTE | SIGNOS DE INTERÉS

USUARIOS
profesores
estudiantes

NIVELES
avanzados
intermedios
principiantes

OBJETIVOS
gramática
ortografía
vocabulario
pronunciación
funciones

E1 EL SON JAROCHO VIVE
Desde un momento del son jarochero, la música tradicional de Veracruz, sigue en una fiesta anual en el municipio Cosoleacaque. Aquí se celebra la música, el canto y el baile de la danza que los caracteriza.
Para más detalles sobre cómo esta tradición se ha podido conservar hasta nuestros días, ver más.

E2 VIDA EN MINISTRETA
En Veracruz se dice la vida de un grupo de niños ministreros a través de los juguetes de plástico de colores que juegan. Ellos usan sus colores como los representantes que los niños ministreros utilizan para jugar.
El juguete se construye por muchos colores y materiales de plástico que los niños de colores juegan, así como los juguetes de plástico.
ver más

E3 LOS CENOTES: LA PUERTA AL MUNDO DE LOS DIOSES
La palabra cenote viene del maya que significa "caja que contiene agua".
El cenote es un agujero que se forma en el suelo y que contiene agua. Los cenotes son muy importantes para los mayas porque se usaban para beber agua y para hacer sacrificios.
El cenote es un agujero que se forma en el suelo y que contiene agua. Los cenotes son muy importantes para los mayas porque se usaban para beber agua y para hacer sacrificios.
ver más

E4 EL TAJÍN: CIUDAD O LUGAR DEL TRUENO
El tajín es una zona arqueológica precolombina cerca de la ciudad de Papantla, Veracruz. La ciudad fue la capital del estado Totonaco, y llegó a su apogeo en la tradición del Posclásico Mesoamericano, entre los años 800 y 900.
Entre los mayas y los itz'at'anes sobrevive el ritual del trueno volador de Papantla, asociado con los dioses y la fertilidad. Aprende más acerca de este ritual.
ver más



TemporFox File Edit View History Bookmarks Tools Window Help

www.hablaMexico.edu

QUEMOS SOMOS CURSOS VALRES PUBLICACIONES CONTACTO ENTRAR



HABLA MÉXICO
Español como Lengua Extranjera

USUARIOS: profesores, estudiantes

NIVELES: avanzados, intermedios, principiantes

OBJETIVOS: gramática, ortografía, vocabulario, pronunciación, funciones

NATURALEZA HISTORIA ECONOMÍA SOCIEDAD CULTURA ARTE SITIOS DE INTERÉS

EN EL SON JABOCHO VIVE
Este es el mundo del son jabocho la música tradicional de Veracruz. Aquí se crea la música de grupos de Capoblanco. Aquí se aprende la música de la zona y el momento de donde son los sonajeros.

¿Qué es el son jabocho? Este es un tipo de música tradicional que se ha originado en Veracruz, México.

ver más

LA VIDA EN MINIATURA
Se crearon de la mano de los grupos de niños, más tarde se completó los pequeños muñecos de cerámica para después ser una obra de arte de los mismos niños que crearon una increíble capacidad de imaginación.

El juguete se creó en la zona por más de 10 años por la gran creatividad de los niños que crearon un mundo de cerámica que se ha convertido en un arte de la zona.

ver más

EL TRAJE CUCHO O LUGAR DEL TRUENO
El traje es una zona arqueológica precolombina que se encuentra en Veracruz.

LA VIDA EN MINIATURA
Se crearon de la mano de los grupos de niños, más tarde se completó los pequeños muñecos de cerámica para después ser una obra de arte de los mismos niños que crearon una increíble capacidad de imaginación.

El juguete se creó en la zona por más de 10 años por la gran creatividad de los niños que crearon un mundo de cerámica que se ha convertido en un arte de la zona.

ver más

EL LOS CENOTES: LA PUERTA AL MUNDO DE LOS DIOSES
La palabra cenote viene del maya dzonot, que significa boca con agua.



TemporFox File Edit View History Bookmarks Tools Window Help

www.hablaMexico.edu

HABLA MÉXICO
Español como Lengua Extranjera

USUARIOS: profesores, estudiantes

NIVELES: avanzados, intermedios, principiantes

OBJETIVOS: gramática, ortografía, vocabulario, pronunciación, funciones

NATURALEZA HISTORIA ECONOMÍA SOCIEDAD CULTURA ARTE SITIOS DE INTERÉS

EN EL SON JABOCHO VIVE
Este es el mundo del son jabocho la música tradicional de Veracruz. Aquí se crea la música de grupos de Capoblanco. Aquí se aprende la música de la zona y el momento de donde son los sonajeros.

¿Qué es el son jabocho? Este es un tipo de música tradicional que se ha originado en Veracruz, México.

ver más

LA VIDA EN MINIATURA
Se crearon de la mano de los grupos de niños, más tarde se completó los pequeños muñecos de cerámica para después ser una obra de arte de los mismos niños que crearon una increíble capacidad de imaginación.

El juguete se creó en la zona por más de 10 años por la gran creatividad de los niños que crearon un mundo de cerámica que se ha convertido en un arte de la zona.

ver más

EL TRAJE CUCHO O LUGAR DEL TRUENO
El traje es una zona arqueológica precolombina que se encuentra en Veracruz.

¿Qué es el traje cuchu? Este es un tipo de traje que se ha originado en Veracruz, México.

ver más

EL LOS CENOTES: LA PUERTA AL MUNDO DE LOS DIOSES
La palabra cenote viene del maya dzonot, que significa boca con agua. Los cenotes más famosos se encuentran en Yucatán y están asociados con la cultura maya. Los cenotes son cuerpos de agua que se encuentran en la península de Yucatán y están asociados con la cultura maya. Los cenotes son cuerpos de agua que se encuentran en la península de Yucatán y están asociados con la cultura maya.

acompañar a un grupo de estudiantes a buscar en estas imágenes sus propios materiales.

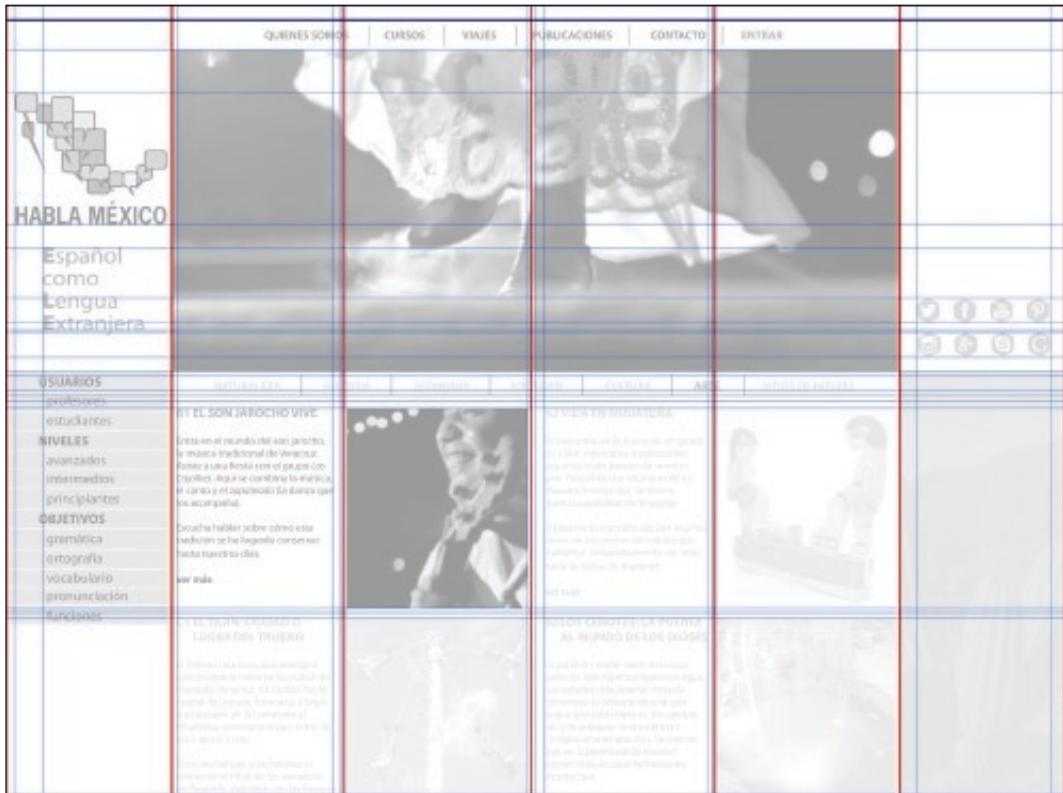
ver más



Los materiales incluidos en el sitio *Habla México* son de naturaleza muy variada: además de textos escritos, hay imágenes fijas, audios, videos, ilustraciones, hipervínculos, ventanas de información, menús, etcétera. A ello se suma la posibilidad de que los usuarios interactúen con los materiales o que los compartan mediante las principales redes sociales (Facebook, Twitter, You Tube, Pinterest, Instagram y Google Plus, entre otros). De esta manera la difusión y el enriquecimiento de la información será mayor y más inmediata.

Pero no hay que olvidar que se trata de un sitio de internet cuya función principal es el apoyo en la enseñanza y el aprendizaje del español como lengua extranjera, por lo que la lengua debe jugar un papel protagónico en el diseño del producto. Así, por ejemplo, ya que muchas veces se utilizarán registros del habla real de los mexicanos (que pueden llegar a ser difíciles de entender cabalmente para quien no es hablante nativo), la mayoría de los audios o videos estarán acompañados de un vínculo que ofrecerá su transcripción por escrito. A su vez, los textos escritos irán siempre acompañados de imágenes y otros elementos visuales que capten la atención de los usuarios, faciliten su comprensión de los contenidos y hagan más amena su lectura. Por lo tanto, se querrá lograr, en la medida de lo posible, que la proporción entre texto e imagen sea equilibrada.

El sitio de internet está diseñado en una base de 1024 x 768 pixeles (equivalente a una pantalla de 17 pulgadas). La retícula está generada a partir de 6 columnas originadas de lado a lado de la pantalla en sentido horizontal; dentro de las columnas se tomaron márgenes de 10 pixeles de ancho para acomodar textos e imágenes. En sentido vertical la división surgió a partir de cuartos y luego se subdividió para generar mayor dinamismo. La idea es que la pantalla contenga muchos elementos, pero a la vez se vea muy limpia y clara para el usuario, y que la interfaz fuera de fácil entendimiento y acceso.



A diferencia de proyectos editoriales impresos —en donde la tipografía con patines o *serifs* resulta benéfica para la lectura— la lectura en pantalla (computadora, teléfonos inteligentes, *tablets*...) se facilita más si la fuente utilizada es *san serif* o de *palo seco*, aunque es pertinente aclarar que no cualquiera de esta clasificación funciona bien y que es mejor para casos como éste seleccionar una con características *humanistas* (aquellas cuyo trazo tiene reminiscencias en trazos caligráficos). Para desarrollar el sitio *Habla México* seleccioné la fuente *Myriad Pro* (una fuente basada en la fuente *Frutiger* de Adrian Frutiger, diseñada a principios de los años 60), popularizada por *Apple Computer* cuando la usó como la fuente corporativa tanto en marca en sus productos (iMacs, MacBooks, iPods, iPads, iPhones...) como en pantalla en su sitio de internet.

Elegí *Myriad Pro* por ser una fuente de trazos humanistas y porque cuenta con una gran variedad de pesos (*light*, *regular*, *semibold* y *bold*), de posiciones (*redonda* —o *romana*— e *itálica*), de

grosos (normal y condensada), y de caja (alta —mayúsculas—, baja —minúsculas— y versalitas), que combinados permiten jerarquizar los textos para una lectura cómoda y clara para el usuario. Por ejemplo, los encabezados de las notas están en Myriad Pro Semibold en altas y el cuerpo de texto en Myriad Pro regular en altas y bajas.

Por otra parte, en contraste con la amplia gama de colores usada en el logotipo de *Habla México*, la paleta de colores del sitio es muy limitada (negro, rojo y tonos de grises) para diferenciar claramente la información y dar mayor importancia al color de las fotografías. La mayor jerarquía entonces recae sobre las imágenes como “gancho visual” y el texto, aunque aparentemente relegado a un segundo plano, es lo suficientemente claro como para permitir una lectura cómoda.

Las actividades, ejercicios y complementos para la enseñanza y el aprendizaje de ELE que acompañan los materiales del sitio se darán a conocer como archivos PDF, los cuales podrán ser descargados para su impresión y posterior reproducción o difusión con fines didácticos. Estos elementos estarán diseñados para ser impresos en bajos tirajes por medio de la impresión digital, considerando que se utilizará tamaño de hoja de papel Carta (es el más usado y también se puede imprimir en A4). Los usuarios decidirán qué tipos, calidades, pesos y medidas de papel utilizarán al imprimir los materiales así transmitidos.

4.7 Normas de corrección, de estilo editorial y de estilo tipográfico

La corrección de estilo de todos los contenidos escritos del proyecto *Habla México* se hará tomando en cuenta que la noción de “texto correcto” que construirán los lectores específicos es inherente a la de la “corrección lingüística” según las reglas del sistema de la lengua española, reglas que seguramente ellos estarán aprendiendo o ya conocerán. Por lo tanto, gran parte de los criterios de corrección y estilo del sitio y sus materiales se basarán en los criterios normativos de la Real Academia Española. Sin embargo, también estarán sustentados en un segundo parámetro: el de la lengua hablada en México. Uno de los objetivos de *Habla México* es reflejar las variantes lingüísticas de los hablantes del español en el país, y para ello será necesario respetar las formas de expresión específicas de nuestra cultura. Se procurará que el lector pueda distinguir estos usos actuales de los normativos: los primeros estarán resaltados gráficamente y cuando uno pase el cursor sobre ellos se abrirán pequeñas ventanas de texto con información sobre el hecho de que son modismos, vocablos, giros, o modos de hablar propios de los mexicanos, y sobre cuáles son sus usos en contexto más frecuentes.

Ése es, sin duda, uno de los retos mayores de un proyecto de esta naturaleza, pues al mismo tiempo que debe buscar la corrección según las normas del sistema, también tiene que encontrar la manera de poder reflejar en los textos escritos las variedades lingüísticas del español a partir de su uso en diferentes contextos. Tanto los criterios para corregir la sintaxis y la gramática —y en algunas ocasiones también para la ortografía (en el caso de neologismos o expresiones coloquiales que no se encontrarían en un diccionario, por ejemplo)— deben ser lo suficientemente flexibles como para procurar reflejar el español de México y no neutralizar sus particularidades. La corrección de estilo deberá llevarse a cabo respetando con plena consciencia estas prioridades.

Con el mismo propósito de reflejar los usos de la lengua en México, esta vez desde el punto de vista de la producción editorial nacional, los criterios de estilo editorial, ortotipografía y estilo

tipográfico tendrán la intención de seguir (y así evidenciar) los que normalmente siguen en la actualidad las editoriales nacionales más importantes. A continuación se presenta el prontuario de normas editoriales y tipográficas para *Habla México*. Éste se basa, en gran parte, en el prontuario de la editorial Fondo de Cultura Económica (véase Anexo IV).

5. Referencias

- Anaya Rosique, Jesús R., “En busca de la formación profesional de editores y libreros en un mundo de transición”, *e-volución Editorial*, febrero-marzo 2013, núm. 5, en http://issuu.com/caniem/docs/evolucion_v?mode=window.
- Aula latina*, Neus Sans (coord. pedagógica), Eduardo Sancho (coord. editorial), Difusión, Barcelona, 2004.
- Así hablamos. Español como lengua extranjera*, Rosa Esther Delgadillo Macías (coord. de la serie), Santillana-CEPE, México, 2008.
- Barbería, José Luis, “España descubre el petróleo de la lengua”, *El País*, 24 de marzo de 2007.
- Centro de Enseñanza Para Extranjeros, en www.cepe.unam.mx.
- Centro Virtual Cervantes, en cvc.cervantes.es.
- Cole, David, *Marketing editorial: la guía*, Fondo de Cultura Económica, México, 2003.
- Congreso Internacional sobre el español como valor y recurso cultural, turístico y económico*, en www.cervantes.es/imagenes/File/lengua/jornadas/ele_valor_prog.pdf.
- Examen de Certificación del Español como Lengua Extranjera (en México)*, ECELE, en la página del CENEVAL, en <http://www.ceneval.edu.mx/ceneval-web/content.do?page=3764>.
- Fundación Mexicana de Fomento a la Lectura, *Encuesta Nacional de Lectura 2012*, en <http://www.caniem.org/archivos/estadistica/Indicadoresbooklet2011.pdf>.
- How to Write a Marketing Plan*, en <http://www.knowthis.com/principles-of-marketing-tutorials/how-to-write-a-marketing-plan/>.
- Instituto Cervantes, en www.cervantes.es.
- “La lengua española genera el 15% del PIB”, *La voz libre*, 4 de diciembre de 2009, en <http://www.lavozlibre.com/noticias/ampliar/23431/la-lengua-espanola-genera-el-156-del-pib>.
- Ley de Fomento para la Lectura y el Libro*, en <http://www.conaculta.gob.mx/dgp/cont.php?>

pag=ley_fomento_lec_libro.

Maqueo, Ana María, *Lengua, aprendizaje y enseñanza. El enfoque comunicativo: de la teoría a la práctica*, Limusa, México, 2004.

Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación, traducido por el Instituto Cervantes, en <http://cvc.cervantes.es/obref/marco>.

Mendoza, María Fernanda, *El Derecho de Autor en el contexto universitario*, México, 2011, presentación utilizada en la clase sobre Derechos de Autor impartida en el segundo trimestre de la Maestría en Diseño y Producción Editorial de la UAM-Xochimilco.

———, “Los derechos en la era digital”, *e-evolución Editorial*, febrero-marzo 2013, núm. 5, en http://issuu.com/caniem/docs/evolucion_v?mode=window.

Otero, María de Lourdes, “Enfoques y métodos en la enseñanza de lenguas en un percurso hacia la competencia comunicativa: ¿dónde entra la gramática?”, en *IX Congreso Internacional de ASELE*, Universidad de Santiago de Compostela, 1998, pp. 419-425.

Anexo I

Catálogo de las publicaciones hasta 2012 del material de lecturas graduadas producidas por las editoriales españolas más fuertes en el mercado del español como lengua extranjera (proporcionamos el hipervínculo a sus catálogos en línea, y detallamos cuáles de sus productos están relacionados con temas hispanoamericanos)

Anaya ELE

Ofrece productos editoriales relacionados con métodos, gramática, verbos, fonética, aula ELE, audioclásicos, escritura, ejercicios, lecturas, apoyos, bilingüe, vocabulario. Ninguno de sus materiales tiene que ver con el mundo hispanoamericano.

<http://www.anayaele.com/es/portadas/index.html>

lecturas graduadas en: http://www.anayaele.com/es/html/index.html?menu=menu_eleen

Difusión

Creada en 1988, ofrece productos editoriales relacionados con métodos, exámenes, cultura, gramática, lecturas y complementos. Entre sus colecciones de lecturas graduadas, son varias las que tratan temas sobre Latino América:

- Marca América Latina (con títulos como Tango, Los jóvenes argentinos, La cocina mexicana y Los jóvenes mexicanos)
- Perfiles pop (con títulos como Shakira. Pura intuición y Juanes. La fuerza de la palabra)
- Serie grandes personajes (con Che. Geografías del Che y Frida Kahlo. Viva la vida)
- Novela histórica (con El lugar de la garza blanca, la cual habla de las aventuras de dos jóvenes habitantes del Imperio azteca)
- América Latina (novelas ambientadas en ciudades hispanoamericanas: Guantanameras, Pis-

co significa pájaro, Taxi a Coyoacán, La vida es un tango, Con Frida en el Altiplano, Dos semanas con los ticos, Más conchas que un galápago y Mirta y el viejo señor).

- Descubre (con títulos como Descubre el Caribe, Descubre los Andes y Descubre Argentina)

<http://www.difusion.com>

lecturas graduadas en: <http://www.difusion.com/ele/colecciones/lecturas/>

Edelsa

Creada en 1986, ofrece productos editoriales relacionados con métodos, contenidos digitales, fines específicos, gramática, multimedia, civilización, lecturas, didáctica y preparación DELE. Algunas de sus lecturas graduadas hablan sobre América Latina:

- Aventuras para tres (con Misterio en Chichen-Itza)
- Decimocuarta consonante (con El final de los tiempos, relato de dos viajes de Madrid a México)
- Grandes personajes de la historia (con No llores por mí, Argentina)
- Lecturas clásicas graduadas (con títulos como Ercilla, La araucana; Hernández, Martín Fierro; Güiraldes, Don Segundo Sombra; Palma, Tradiciones peruanas y Quiroga, Anaconda)
- Un paseo por la Historia (con Un mundo nuevo sobre la conquista; La llegada de los dioses sobre el primer viaje de Colón; Fray Alonso sobre un misionero jesuita entre los guaraníes)

<http://www.edelsa.es/>

lecturas graduadas en: http://www.edelsa.es/catalogo_lecturas.php

Edinumen

Ofrece productos editoriales relacionados con métodos, preparación al DELE, fines específicos, lecturas graduadas, gramática, didáctica, material audiovisual y multimedia, evaluación, cultura y civilización, legua española, autoaprendizaje. Dos de sus colecciones están dedicadas a Hispanoamérica:

- Lecturas de Hispanoamérica, conformada por los títulos: El camino de la vida (Colombia), Volver (Argentina), El cuento de mi vida (Venezuela), con amor y con palabras (México),

Presente perpetuo (México), Regreso a las raíces (Colombia).

- Lecturas de Hispanoamérica, para leer y escuchar (con los mismos títulos que la anterior)

<http://www.edinumen.es/>

lecturas graduadas en:

http://www.edinumen.es/index.php?category_id=4&Itemid=4&option=com_virtuemart&lang=es

EnClaveEle

Fundada en 2005, ofrece productos editoriales relacionados con métodos, niños y adolescentes, métodos específicos, versiones especiales, material complementario, multimedia, lecturas, didáctica. Algunas de sus lecturas graduadas están ambientadas en Hispanoamérica:

- Adultos A1-A2: Misterio en Santiago de Chile
- Adultos B1: Vacaciones en Isla Margarita
- Adultos B2-C1: Muerte en Cancún

<http://www.enclave-ele.net/>

lecturas graduadas en: http://www.enclave-ele.net/index.php?option=com_content&view=article&id=207&Itemid=206

Habla con Eñe

Fundada en 2005, comienza editando la Audio Revista Punto y Coma (esta revista viene acompañada de audios con varios acentos del español, pero no especifica si alguno es representante de las variantes hispanoamericanas). Después de tres años, lanza un nuevo producto: su colección de audiolibros con contenidos auténticos dirigidos a niveles altos (B1-C2). Entre los ejemplares de esta colección se encuentran:

- Relatos mexicanos (con textos de Juan Rulfo, Ángeles Mastretta, José Emilio Pacheco y Juan José Arreola leídos por actores profesionales con la pronunciación del español de México)
- Relatos del Río de la Plata (con “Sábado de gloria” de Mario Benedetti; “Emma Zunz” de Jorge Luis Borges; “Casa tomada” de Julio Cortázar; “Después de este destierro” de Daniel

Moyano; “Desagravio” de Ricardo Piglia, y “Los nadies” de Eduardo Galeano; léidos por actores profesionales con la pronunciación del español de Argentina)

También tiene otra colección más reciente, Textos auténticos y Audio artículos en español (PDF y MP3). En ésta se pueden encontrar varios títulos relacionados con Hispanoamérica:

- Viajes y tradiciones (con los títulos: “Navidades con saber latino”, “Quito: un museo viviente rozando el cielo”, “Bolivia: de sur a norte”, “El barco de Manaos”, “Montevideo: la ciudad del alegre porvenir”, “Antigua: la ciudad donde el tiempo se detuvo”, “Bienvenidos a Machu Picchu”, “Tango porteño de exportación”, “Ushuaia: el último confín de la Tierra”).
- Cine y literatura (con los títulos: “Cien mexicano: Del Toro, Iñárritu, Cuarón”, “Entrevista a Ricardo Piglia”, “Perfil: Mario Vargas Llosa”, “Discurso de Mario Vargas Llosa”)
- Salud y gastronomía (con “El ceviche: de Perú al mundo”)
- Cultura y deportes (con “Tango porteño de exportación”)
- Política, sociedad y economía (con los títulos: “Caña amarga: explotación infantil en México”, “Inmigración en Estados Unidos: «La esclavitud no se ha terminado, sólo se modernizó»”, “Recorriendo la tierra de Zapata”, “Argentina: las mil caras del Bicentenario”, “Supervivientes en Nicaragua”, “Perfil: Carlos Slim (el hombre más rico del mundo)”, “El matrimonio homosexual en Argentina”, “Silenciadores a la venezolana”, “Ingrid Betancourt. Devuelta a la vida”)

<http://www.hablaconene.com/shop/home>

colección de audiolibros en: <http://www.hablaconene.com/shop/store/books-and-audiobooks.html>

colección de audio artículos en: <http://www.hablaconene.com/shop/store/authentic-texts-and-audio-articles-in-spanish.html>

Santillana ELE

Ofrece productos editoriales relacionados con métodos, didáctica, gramática y materiales de referencia, lecturas graduadas, otros títulos, audiovisuales. Entre sus lecturas graduadas hay algunas que tienen temas o autores hispanoamericanos:

- Adaptación de La muerte y otras sorpresas, de Mario Benedetti
- El oro de los sueños, sobre la conquista del Nuevo Mundo
- La tierra del tiempo perdido, sobre la conquista del Nuevo Mundo
- Las lágrimas del sol, sobre la conquista del Nuevo Mundo
- Adaptación de El señor presidente, de Miguel Ángel Asturias

http://www.santillanaele.com/web/index.php?santillanaele_es

lecturas graduadas en: http://www.santillanaele.com/web/index.php?lecturas_graduadas_es

SGELele

Ofrece productos editoriales relacionados con métodos, material complementario, fines específicos, cultura y civilización, gramática, lecturas graduadas, didáctica, diccionarios, DVD y videos y CD-Rom. Esta editorial tiene pocos productos con temas hispanoamericanos:

- Aprendo español con cuentos (incluyen en esta serie cuentos tradicionales iberoamericanos)
- Colección lector.es (algunos de los autores de los títulos de esta serie son hispanoamericanos)

<http://www.sgel.es/ele/>

lecturas graduadas en: http://www.sgel.es/ele/lista_categoria.asp?id=66

SM

Ofrece productos editoriales relacionados con métodos, formación, material complementario, diccionarios y obras de referencia, y una gran variedad de recursos; ninguno de estos materiales está relacionado con temas de Hispanoamérica.

http://www.sm-ele.com/ver_seccionFija.aspx?id=2

Anexo II

Lista de páginas digitales relacionadas

Con información sobre el español como segunda lengua en relación con aspectos socioculturales de México o Hispanoamérica

- BBC Languages Spanish

<http://www.bbc.co.uk/languages/spanish>

- Cultural Interviews. Latin America. University of Texas at Austin

<http://www.laits.utexas.edu/laexec/laexec.html>

- Enrique Yepes. Culturas Latinoamericanas. Páginas de ayuda en español

<http://www.bowdoin.edu/~eyepes/latam/index.html>

- Pictolang

<http://www.pictolang.com/>

- Picture. Comunicación intercultural en Europa

<http://www.worldenough.net/picture/Spanish/index.ES.html>

- Santillana ELE

http://www.santillanaele.com/web/index.php?recursos_es

- Spanish Newsbites

<http://www.spanishnewsbites.com>

- Todo claro

http://www.todo-claro.com/e_index.php

- Todoele.net. Recursos, materiales e información para profesores de español como lengua extranjera y segunda

<http://www.todoele.net/>

- VideoEle. Videos para aprender español como lengua extranjera

<http://www.videoele.com>

- Zambombazo. Una explosión de lengua y cultura

<http://zachary-jones.com/zambombazo>

Con información sobre México y su cultura

- Arqueología Mexicana

<http://www.arqueomex.com>

- Artes de México

<http://www.artesdemexico.com/adm/09/index.php>

- Artes e Historia de México

<http://www.arts-history.mx/>

- Artes México

<http://www.artesmexico.org>

- Casa del Lago

<http://www.casadellago.unam.mx/site/>

- Ciudad México

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

- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta)

<http://www.conaculta.gob.mx>

- Conoce México TV

<http://www.conocemexico.tv/conocemexico>

- Consejo Nacional de Población

<http://www.conapo.gob.mx>

- Consejo Nacional Para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas

<http://www.cdi.gob.mx>

- Descarga cultura

<http://www.descargacultura.unam.mx/app1>

- Dirección General de Culturas Populares

<http://www.culturapopulareseindigenas.gob.mx/cp/>

- Instituto Mexicano de Cinematografía
<http://www.imcine.gob.mx/mediateca.html>
- Instituto Nacional de Antropología e Historia
<http://www.inah.gob.mx>
- Instituto Nacional de Bellas Artes
<http://www.bellasartes.gob.mx>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía
<http://www.inegi.gob.mx>
- Instituto Nacional de Lenguas Indígenas
<http://www.inali.gob.mx>
- Revista La tempestad. También las artes cambian al mundo
<http://www.latempestad.com.mx/>
- Revista Letras Libres. Cultura, literatura, poesía, ensayo, política, crítica
<http://www.letraslibres.com/>
- Revista México desconocido
<http://www.mexicodesconocido.com.mx/>
- Museo Franz Mayer. Artes decorativas y diseño
<http://www.franzmayer.org.mx/>

- Canal Once TV - México (Instituto Politécnico Nacional)

<http://www.oncemexico.tv>

- Revista Proceso

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

- Radio UNAM

<http://www.radiounam.unam.mx/site/>

- Secretaría de Cultura DF

<http://www.cultura.df.gob.mx/>

- Secretaría de Turismo

<http://www.sectur.gob.mx/>

- Sistema de Información Cultural (SIC).

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

<http://sic.conaculta.gob.mx/>

- The Virtual Diego Rivera Web Museum

<http://www.diegorivera.com/>

Anexo III

El estudio etnográfico y las entrevistas

a. Proyectos editoriales

El presente estudio etnográfico se realizó en dos etapas consecutivas, correspondientes a la evolución de dos proyectos distintos que a continuación se describen brevemente:

Iambul. Literatura en dos lenguas. Este primer proyecto se proponía la creación de una pequeña editorial independiente de ediciones bilingües de textos literarios cortos, escritos uno en español y otro en una lengua diferente (que podía ser inglés, francés, italiano, portugués, alemán, chino o árabe, según la colección), acompañados ambos de su traducción al idioma contrario; esto con el triple fin de facilitar el aprendizaje de una segunda lengua, fomentar el intercambio cultural y colaborar en la difusión de la literatura. Los contenidos iban a estar clasificados según los niveles oficiales establecidos por el *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas*, indicados claramente en las portadas. Las ediciones iban a incluir un pequeño estudio introductorio —también bilingüe— escrito por un especialista. En dicho estudio se iban a analizar los textos, sobre todo desde el punto de vista de los vínculos que se pudieran encontrar entre ellos o entre las culturas a las que pertenecieran.

Así somos. Lee, escucha, ve... y conoce a México. Es un segundo proyecto derivado del primero. Su nombre después cambió a **Habla México**. Se trata de la creación de un sitio de internet que ofrezca de manera coherente y ordenada materiales multimedia sobre la cultura mexicana y sus variantes lingüísticas, acompañados de actividades, ejercicios y complementos que sirvan de apoyo para la enseñanza y el aprendizaje del español como lengua

extranjera. Todos ellos serán generados con la ayuda y colaboración de especialistas en lingüística aplicada, en didáctica del español o en diferentes aspectos de nuestra cultura.

b. Objetivos del estudio

El primer objetivo de este estudio etnográfico fue el de conocer mejor, a través del método cualitativo, a los principales lectores meta de ambos proyectos —profesores y alumnos de idiomas en México—, específicamente en cuanto a los siguientes puntos:

1. *Aspectos personales*: nacionalidad, lengua materna, edad, sexo, estudios profesionales, nivel de escolaridad, lugar de trabajo, años de experiencia docente y si es su actividad principal (para los profesores), formas y niveles en las que se ha enseñado/aprendido otras lenguas.
2. Principales razones por las que se estudia una segunda lengua.
3. Formas más conocidas o utilizadas para aprender idiomas.
4. *Hábitos lectores*: gustos por la lectura, preferencias en cuanto al soporte en el que leen (papel, digital o multimedia), decisiones tomadas al enfrentarse a textos en otras lenguas, intereses por géneros literarios, intereses por temas.
5. *Relación entre la lectura y el aprendizaje de una lengua*: función que tiene la lectura en el aprendizaje de una lengua, qué tipos de textos en otras lenguas se utilizan en las aulas, en dónde se pueden encontrar estos materiales.
6. Opinión personal sobre el conocimiento de otras culturas a través de la lectura.
7. Información adicional

El segundo objetivo del estudio fue el de comprobar la pertinencia, viabilidad y posibles expectativas sobre la futura efectividad de los dos proyectos propuestos. Para ello se realizaron varias entrevistas orales con diferentes especialistas en las áreas de edición, investigación, didáctica y bibliotecología relacionadas con la enseñanza de lenguas. En estas entrevistas orales (alunas de ellas las pude grabar), las preguntas fueron más abiertas y dependieron del contexto de cada caso.

c. Desarrollo y resultados de la primera etapa del estudio

En la *primera etapa* del estudio, correspondiente a las ediciones bilingües de la Editorial Iambul (octubre, 2012), se realizaron:

- 50 encuestas escritas a alumnos de idiomas en el CELE, UNAM
- 11 encuestas escritas a profesores de idiomas en el CELE, UNAM
- 1 entrevista oral a la Dra. Laura Gabriela García Landa, directora del Departamento de Lingüística Aplicada del Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras (CELE), de la UNAM
- 1 entrevista oral al Dr. Jan-Cornelius Schulz, fundador y director de la editorial y librería Herder México, especializada en materiales de enseñanza de lenguas

Los cuestionarios por escrito se aplicaron el día 24 de octubre de 2012, por la tarde, entre las 16:00 y las 18:00 horas, a los estudiantes que estaban afuera del CELE. Esta parte de la tarea fue relativamente fácil y bastante divertida para mí, pues me acerqué a los estudiantes que se encontraban descansando o esperando a que diera la hora para asistir a sus clases, les expliqué brevemente de qué se trataba mi proyecto de ediciones bilingües, les pregunté si tenían unos minutos para responder el cuestionario que les mostraba y finalmente, para que estuvieran más dispuestos a responderlo, les decía que si me daban su nombre y su teléfono participarían en una rifa y el ganador se llevaría de regalo una colección gratuita de las primeras ediciones bilingües que yo fuera a producir, de llevarse a la realidad el proyecto. Con esto último, casi todos aceptaban contestar, felices y hasta agradecidos, completamente enganchados con la idea de “una rifa“ y “un premio”, aunque muchas veces olvidaban ponerme sus datos personales para que me fuera posible contactarlos más tarde. Una vez que aceptaban, yo les entregaba el cuestionario y los dejaba solos para que ellos lo respondieran ahí mismo a su ritmo y sin presiones, aclarándoles que iba a estar cerca para resolver cualquier duda que les surgiera. Conforme iban llegando sus amigos, les preguntaban qué hacían, los que ya estaban respondiendo les contaban y entonces los nuevos iban a pedirme cuestionarios para responderlos también ellos. Gracias a esto, en tan solo dos horas, pude repartir y recabar contestados 50 cuestionarios para alumnos.



Del análisis de las respuestas así obtenidas por parte de los alumnos del CELE, pude recabar la siguiente información:

1. *Aspectos personales*

- 1.1. alumnos mexicanos
- 1.2. lengua materna: español (salvo un caso de bilingüismo español-francés)
- 1.3. rango de edades promedio: entre 19 y 25 años (17 el más joven y 32 el mayor)
- 1.4. sexo: 29 hombres, 21 mujeres
- 1.5. la mayoría en la universidad, en licenciatura
- 1.6. de carreras muy diversas
- 1.7. lenguas que conocen (aunque sea en distintos niveles): 6% no especifica, 32% una lengua, 38% dos lenguas, 8% tres lenguas, 10% cuatro lenguas, 6% cinco lenguas (!)
- 1.8. casi todos aprenden idiomas por medio de clases
- 1.9. ninguno ha vivido en otros países, salvo una excepción

2. *Principales razones por las que se estudia una segunda lengua*

- 2.1. Muchos de los entrevistados lo hacen como requisito para titularse.
- 2.2. Las otras razones más frecuentes son: por gusto, para tener más oportunidades laborales, para estudiar en el extranjero, para ampliar conocimientos o cultura, para hablar con otras personas, para poder leer en el otro idioma.

3. *Formas más conocidas o utilizadas para aprender idiomas*

- 3.1. Entre las más repetidas están: clases; leer; escuchar audios, canciones o música (ninguno mencionó el radio internacional); ver videos o tv; conversar con hablantes nativos de la otra lengua; viajar o vivir en otros países; internet.
- 3.2. Otras respuestas curiosas u originales fueron: recortar y pegar, cantar, dibujos (dibujar), carteles, postales, con diccionarios, juegos de mesa, diálogos, ejercicios de sistematización, cursos por internet, chat, gramática, vocabulario, imágenes, juegos, trivia, manuales, teatro, redes sociales, intentar traducir, memorización, clases particulares, mapas mentales, guías,

tutoriales, conferencias, jugando en línea, comparando idiomas, leyendo textos bilingües, escuelas, “y lo más importante... con mucho empeño e interés”.

4. *Hábitos lectores*

4.1. Salvo una única excepción, todos contestaron que les gusta leer.

4.2. En cuanto a las decisiones tomadas al enfrentarse a textos en otras lenguas y sus intereses por géneros literarios no se puede observar ningún patrón: las respuestas son sumamente variadas.

5. *Relación entre la lectura y el aprendizaje de una lengua*

5.1. Nadie puso en duda la importante función que tiene la lectura en el aprendizaje de una lengua.

5.2. Los tipos de textos en otras lenguas utilizados en las aulas también son muy heterogéneos.

5.3. A la pregunta de en dónde se pueden encontrar estos materiales un 97% de los alumnos encuestados escribió entre sus respuestas: internet.

6. *Opinión personal sobre el conocimiento de otras culturas a través de la lectura*

6.1. El 40% de los encuestados se mostró plenamente consciente de la estrecha relación entre la lengua y la cultura.

7. *Información adicional*

7.1. Se puede observar en las respuestas obtenidas un marcado prejuicio por las traducciones; muchos de los encuestados piensan que son malas o, en otras palabras, que no son fieles pues dicen sólo lo que el traductor entiende de lo que dice el autor original. Este juicio era expresado incluso por alumnos que, por su nivel de conocimiento de otras lenguas, todavía no están capacitados para valorar por sí mismos una traducción.

7.2. Otro prejuicio respecto a las traducciones que se puede notar es que se piensa que usarlas mientras se está aprendiendo una lengua es hacer trampa, irse por el camino fácil. Muchos aseguran que debería ser el último recurso al leer textos en otra lengua, ya sea que lo hayan expresado explícitamente, o tachando la opción correspondiente en la pregunta 12 sobre las decisiones que se suelen tomar al enfrentarse a un elemento incomprensible durante la lectura.

7.3. El 20% de los encuestados afirmó que nunca habían visto una edición bilingüe.

7.4. Una de las ventajas de las ediciones bilingües más común es que ayuda a comprender más rápido; es decir, se valora mucho entre los jóvenes la velocidad.

7.5. En la pregunta 6 sobre qué otras lenguas conocen y cuánto, dos alumnos calificaron sus capacidades también en español, si bien su lengua materna es el español(!). Quizá lo hicieron bromeando, pero la verdad es que me hizo pensar que, claro, no todos estamos capacitados al 100% en nuestra lengua materna.

Fue un poco complicado identificar entre tantos alumnos a los profesores del CELE. Tuve que acercarme a aquellas personas que se veían de más edad y preguntarles. Cuando por fin los encontraba, no todos estaban dispuestos a entretenerse en responder el cuestionario, y algunos se quejaron de lo largo que estaba, o de que tenían que irse corriendo a dar sus clases o a otros lugares de trabajo, por lo que sólo logré aplicar 11 de los muchos cuestionarios que tenía preparados. Algunos profesores me decían que sí, pero que otro día en el horario que ellos me proponían, pero en mi caso no fue posible regresar en diferentes momentos a al UNAM a intentar aplicar cuestionarios de forma individual. Otro problema al que me enfrenté fue que un número considerable de profesores del CELE son extranjeros y no hablan bien el español, por lo que no quisieron intentar responder el cuestionario (aprendí que hubiera sido bueno preparar algunos cuestionarios en inglés).

Del análisis de las respuestas así obtenidas por parte de los profesores del CELE pude recabar la siguiente información:

1. Aspectos personales

- 1.1. profesores mexicanos, salvo una alemana
- 1.2. lengua materna: español (salvo la profesora alemana, cuya lengua materna es el alemán)
- 1.2. rango de edades promedio: entre 39 y 47 años (23 el más joven y 50 el mayor)
- 1.4. sexo: 6 hombres, 4 mujeres
- 1.5. con licenciatura 5, con maestría 4, con doctorado 1
- 1.6. lingüística, pedagogía, letras modernas, germanística, formación de profesores
- 1.7. rango promedio de años de experiencia docente: entre 20 y 26 años (2 el que menos años ha impartido idiomas, 28 el que más)
- 1.8. todos enseñan idiomas como actividad laboral principal, salvo una que también se dedica a impartir otras materias y a la investigación
- 1.9. lenguas que conocen (aunque sea en distintos niveles): 2 una lengua, 6 dos lenguas, 1 cuatro lenguas, 1 seis lenguas (es doctora en lingüística aplicada)
- 1.10. casi todos aprenden idiomas por medio de clases; algunos viviendo en el extranjero, entrando en contacto directo, por medio de la lectura o de forma autodidacta
- 1.11. salvo dos excepciones, todos los demás han vivido más de un año en otros lugares

2. Principales razones por las que se estudia una segunda lengua

- 2.1. Coinciden en que muchos alumnos lo hacen como requisito académico.
- 2.2. También sus respuestas en cuanto a las otras razones más frecuentes por las que se estudia un idioma coinciden con las de los alumnos: por gusto (estaba en todas las respuestas), para tener más oportunidades laborales, para estudiar en el extranjero, para ampliar conocimientos o cultura, para hablar con otras personas, para poder leer o escuchar música en el otro idioma. Incluyeron también por viajes, por relaciones personales (que pueden ser familiares) y por necesidad de movilidad.

3. *Formas más conocidas o utilizadas para aprender idiomas*

3.1. Entre las más repetidas están: clases, modo autodidacta, por internet, viviendo en países hablantes del idioma, contacto con hablantes y lectura.

3.2. Otras respuestas fueron: por medio de canciones, audiovisuales, videos, radio, televisión, gramáticas, diccionarios y libros de lengua.

4. *Hábitos lectores*

4.1. Todos contestaron que les gusta leer.

4.2. En cuanto a las decisiones tomadas al enfrentarse a textos en otras lenguas y sus intereses por géneros literarios no se puede observar ningún patrón: las respuestas son sumamente variadas.

5. *Relación entre la lectura y el aprendizaje de una lengua*

5.1. Todos los profesores subrayaron la importante función que tiene la lectura en el aprendizaje de una lengua. Coincidieron en que se amplía el conocimiento de la lengua en cuanto a vocabulario, estructuras gramaticales, estilos y cultura.

5.2. Ocho profesores dijeron siempre utilizar en sus clases otros materiales de lectura, además de los libros de texto; dos dijeron que a veces lo hacían.

5.3. Estos materiales los obtienen sobre todo de internet (6 respuestas), de libros (3 respuestas), o de biblioteca, sala de recursos audiovisuales, revistas, periódicos, películas, canciones (1 respuestas cada uno).

5.4. A la pregunta de en dónde más pueden encontrar sus alumnos estos materiales nueve de los encuestados escribieron entre sus respuestas: internet. La otra respuesta (en 6 encuestados) fue: en bibliotecas. Uno escribió que como libros electrónicos.

6. *Opinión personal sobre el conocimiento de otras culturas a través de la lectura*

6.1. Sólo un encuestado habló explícitamente de la relación entre la lengua y la cultura, diciendo que leer textos al aprender una lengua amplía tus conocimientos sobre la cultura.

Sin embargo, varios afirmaron que una de las razones principales para estudiar una lengua es para ampliar la propia cultura.

7. *Información adicional*

7.1. También en esta serie de encuestas se puede observar un marcado prejuicio por las traducciones. Sus comentarios al respecto fueron: “«traductore, traitore»: no hay equivalentes”, “en ocasiones las traducciones no son buenas o no son mexicanas sino españolas”, “me interesan más los originales y sus estructuras”.

7.2. Sobre si trabajan en clase con los textos originales y sus traducciones respondieron que no la mayoría, por razones como “es mejor y más productivo el trabajo directo con los originales”, “enseño la lengua, no enseño a traducir”, “las traducciones no siempre son pertinentes”, “no es el nivel adecuado para usar traducciones” o incluso “las traducciones deben ser el último recurso al cual se debe recurrir en la enseñanza de una lengua extranjera”. De hecho, en la pregunta 12 sobre las decisiones que se suelen recomendar a los alumnos cuando ellos se enfrentan a un elemento incomprensible durante la lectura de textos en otras lenguas, la mayoría de los profesores encuestados descartó de tajo la opción de tener a la mano la traducción.

7.3. No obstante, casi todos los profesores señalaron una ventaja que podrían tener las ediciones bilingües en el aprendizaje de una lengua: comparar ambos idiomas en cuanto a estructuras gramaticales, estilos, expresiones y vocabulario. Uno señaló que se podría ahorrar tiempo; otro, que se podía recurrir a la traducción en caso de no estar seguro de haber comprendido bien el original.

7.4. Dos profesores nos hicieron comentarios muy interesantes sobre su experiencia como docentes de idiomas

- Los alumnos aprenden con más entusiasmo con textos literarios. El trabajo en clase debe ser siempre dinámico para aligerar el proceso de aprendizaje, aunque incluyendo la parte gramatical y la comunicativa en equilibrio.
- Es necesario tener consciencia lingüística y un buen análisis psicolingüístico de los procesos cognitivos que los alumnos hacen para el aprendizaje de una segunda lengua.

La posibilidad de hacerle una entrevista a la Dra. Laura Gabriela García Landa, directora del Departamento de Lingüística Aplicada, fue completamente inesperada, por lo que ni siquiera había preparado bien las preguntas. No obstante, resultó ser una plática muy fluida e interesante, en la que, en síntesis, yo le describí a grandes rasgos el proyecto Iambul y ella me dijo que le parecía muy bueno y me hizo varias sugerencias. Entre ellas, que buscara a los encargados del Departamento de Lexicografía y del Departamento de Traducción, ambos del CELE, pues creía que ellos podían orientarme. Incluso me dijo que en el curso de formación para profesores hay una materia optativa sobre cómo utilizar la traducción en clase. Mencionó que sobre lenguas indígenas no hay mucho material traducido. Sobre los niveles oficiales de las lenguas del MCER, me dijo que estaba muy bien usarlos, pero que yo misma tenía que idear, sobre esa base, mis propios criterios de clasificación de textos para la enseñanza.

Finalmente, pude hacer una entrevista más larga y formal con el Dr. Jan-Cornelius Schulz, fundador y director de la editorial y librería Herder México, especializada en materiales de enseñanza de lenguas. Al tocar el tema de mi proyecto me hizo ver que estaba un poco fuera de la realidad, por varias razones, que a continuación sintetizo:

- Los nuevos enfoques y métodos didácticos de la enseñanza de lenguas no son partidarios del uso de las traducciones, sino que proclaman más bien el concepto de que todo debe ser en el idioma que se está aprendiendo.
- Por eso habría que refinar cuál sería el objetivo de las ediciones bilingües.
- Pocas personas leen literatura en una edición bilingüe: o lo lees en el idioma original, o debes tener un interés muy especial para mirar ambos textos (como una edición bilingüe sobre la obra de Kant, por ejemplo).
- Es complejo justificar la elección de autores y su mezcla en el mismo libro.
- También va a ser difícil concertar la colaboración con tanta gente, y sería para el estudio introductorio sería necesario encontrar especialistas sobre cada autor y que además conocieran al autor de la lengua contraria.
- El público de las ediciones bilingües de Iambul sería un público culto, con un nivel alto de

formación (los estudiantes de lenguas no todos entran en esa categoría). Leer el original y la traducción implica un esfuerzo extra y hoy en día no se ve en ello ninguna ganancia.

- Los libros económicos (yo quería que fueran de precio muy bajo) no siempre se aprecian como buenos.
- Se ha discutido mucho últimamente sobre el tema de la interculturalidad. Hay de fondo una lucha política de poderes, como en el caso de Estados Unidos, en donde el ámbito hispanohablante cada vez cobra más fuerza. Por lo común, la gente que sabe una de las lenguas piensa que no necesita tener al lado la otra. Se identifican con una lengua y punto. El concepto bilingüe es una muestra de dejar existir al mismo tiempo varias culturas, pero a nadie le gusta eso (ejemplos: catalán y vasco), todos buscan su independencia y su autonomía, todos buscan imponer su cultura y sus reglas.
- También me señaló que de todo su catálogo de libros didácticos sobre idiomas, lo que más se vende es lo relativo a los niveles bajos (A1-B1). Cuando un estudiante ya tiene un nivel intermedio alto o alto, busca los textos originales.

En conclusión, toda la información recabada me hizo darme cuenta de que mi proyecto de ediciones bilingües no tenía mucho futuro. Sin embargo, también me dio muchas ideas para ir construyendo otro nuevo, uno que podría considerarse “inverso”: materiales para la enseñanza/aprendizaje del español, ya no impresos sino digitales.

d. Desarrollo y resultados de la segunda etapa del estudio

En la segunda etapa del estudio, correspondiente al portal de internet *Así somos. Lee, escucha, ve... y conoce a México* (noviembre de 2012), se realizaron:

- 1 entrevista oral a la Mtra. Ana Luisa Fontes, coordinadora y docente de las materias de español del Centro de Lenguas del Instituto Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México
- 17 encuestas escritas a alumnos de idiomas en el Tec de Monterrey, CCM
- 4 encuestas escritas a profesores de idiomas en el Tec de Monterrey, CCM

- 3 entrevistas orales a la Dra. Beatriz Granda Dahan, entonces coordinadora del Área de Español del CEPE
- 2 entrevistas orales con profesores de idiomas en el CEPE, UNAM
- 8 encuestas escritas a alumnos de idiomas en el CEPE, UNAM
- 2 entrevistas orales a la Lic. Rebeca García, encargada de la biblioteca Simón Bolívar del CEPE, cuyo acervo está especializado en enseñanza del español como segunda lengua, y en arte, historia, literatura de México e Hispanoamérica y estudios chicanos

La entrevista con la Mtra. Ana Luisa Fontes fue corta, pero muy productiva. Me habló un poco sobre el panorama histórico de los enfoques y métodos didácticos del español y de lo que se había publicado al respecto: antes no había casi ningún libro, después España descubrió una gran fuente de recursos en la lengua y de ahí comienza un auge en la publicación de métodos y materiales de la didáctica del español, todos con la variante peninsular del español. Más adelante, la Mtra. Fontes mencionó esfuerzos nacionales para cubrir las necesidades de textos que consideraran también otros ámbitos culturales hispanohablantes. Entre ellos, los métodos mexicanos *Aula Latina*, en cuya publicación colaboro como coautor el Tec de Monterrey, y *Así somos*, del CEPE. También hizo hincapié en que desde hace pocos años y a través del Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior (CENEVAL), en México ya se puede realizar el Examen de Certificación del Español como Lengua Extranjera (ECELE), con validez nacional e internacional, para propósitos laborales o académicos. Sus pruebas de comprensión de lectura y comprensión auditiva contienen textos redactados en la variante mexicana del español; en las pruebas de expresión escrita y oral, el candidato puede hacer uso de cualquier variante del mundo hispanoamericano que haya aprendido, siempre y cuando sea consistente.

Además de orientarnos con todos estos datos relevantes, la Mtra. Fontes fue sumamente amable al escribirles en ese momento a todos los profesores de español del Tec que ella coordina, para que me ayudaran contestando uno de mis cuestionarios y aplicando otros entre sus alumnos. Gracias a ello, pude obtener información de los profesores y alumnos de español del Tec.

Del análisis de las respuestas obtenidas por parte de los alumnos de español del Tec, pude recabar la siguiente información:

1. *Aspectos personales*

- 1.1. alumnos extranjeros (3 de Alemania, 3 de Australia, 1 de Finlandia, 2 de Francia, 1 de Finlandia, 1 de Holanda, 1 de Hungría, 1 de Inglaterra, 1 de Marruecos, 4 de Suecia).
- 1.2. lengua materna: las correspondientes (salvo un sueco cuya lengua materna es croata)
- 1.3. rango de edades promedio: entre 21 y 26 años
- 1.4. sexo: 13 mujeres, 4 hombres
- 1.5. niveles de español: 5 en A2, 10 en B1, 1 en B2, 1 en C1
- 1.6. la mayoría en la universidad, en licenciatura
- 1.7. de carreras muy diversas
- 1.8. lenguas que conocen incluyendo el español (aunque sea en distintos niveles): 3 una lengua, 7 dos lenguas, 5 tres lenguas, 2 cuatro lenguas
- 1.9. casi todos aprenden idiomas por medio de clases
- 1.10. la mayoría ha vivido en otros países

2. *Principales razones por las que se estudia una segunda lengua*

- 2.1. La gran mayoría de los entrevistados dijo que lo hacía por gusto, ya sea por aprender otra lengua o específicamente porque les gustaba el español.
- 2.2. Las otras razones son: para vivir en otro país, para trabajar en otro país, para poder comunicarse en español (dos respuestas cada uno); viajar, requisito, ampliar conocimientos, conocer cultura, ver películas, leer libros y por relaciones personales (1 respuesta cada uno).

3. *Formas más conocidas o utilizadas para aprender idiomas*

- 3.1. Entre las más repetidas están: conversar con hablantes nativos de la otra lengua (9 respuestas); leer (6 respuestas); ver películas (5 respuestas); clases (4 respuestas); tv, música, letras canciones, autodidacta, internet (2 respuestas cada uno); estudiando tópicos interesantes, ejercicios de escritura, lectura y comprensión oral (1 respuesta cada uno).

4. *Hábitos lectores*

- 4.1. A todos les gusta leer, salvo a dos personas (pero aún esas dos personas marcaron que les gustaba leer en pantalla y en español)
- 4.2. Ocho personas marcaron que no les gusta leer en pantalla; a 9 personas sí.
- 4.3. Solo a una persona no le gusta leer en español, porque le parece muy difícil.
- 4.4. Once personas dijeron encontrar textos en español en internet.
- 4.5. Doce personas aseguraron poder conseguir textos en español en su país de origen; 4 más no sabían; el resto no respondió.
- 4.6. En cuanto a las decisiones tomadas al enfrentarse a textos en otras lenguas, y sus intereses por géneros literarios o por temas, no se puede observar ningún patrón: las respuestas son sumamente variadas.

5. *Relación entre la lectura y el aprendizaje de una lengua*

- 5.1. Nadie puso en duda la importante función que tiene la lectura en el aprendizaje de una lengua.

6. *Opinión personal sobre el conocimiento de otras culturas a través de la lectura*

- 6.1. A la pregunta de si creen que pueden conocer el mundo hispanohablante a través de la lectura, ocho estudiantes respondieron que sí. Sin embargo, la mayoría remarcó que no es suficiente con leer, sino que es necesario viajar o vivir en el país que habla la lengua para conocer su cultura (todos los encuestados están temporalmente estudiando español en México).

7. *Información adicional*

- 7.1. Datos curiosos aparecieron entre las respuestas: hay mucho estudiantes de español en Australia; en Francia no le dan mucha importancia a los idiomas extranjeros; en Hungría no hay muchas revistas y libros en español, pero se puede encontrar todo en internet; alguien dijo que al leer aprende nuevas palabras y lo disfruta cuanto tiene que contestar, porque lo motiva.

Del análisis de las respuestas obtenidas por parte de los profesores de español del Tec, pude recabar la siguiente información:

1. *Aspectos personales*

- 1.1. los profesores son 2 mexicanos, una estadounidense y una canadiense
- 1.2. lengua materna: español e inglés respectivamente
- 1.3. rango de edades: entre 29 y 47 años
- 1.4. sexo: 3 mujeres, 1 hombre
- 1.5. con licenciatura 1, con maestría 1, con doctorado 2
- 1.6. estudiaron 3 letras hispánicas, 1 comunicación
- 1.7. rango de años de experiencia docente: entre 4 y 12 años
- 1.8. dos enseñan idiomas como actividad laboral principal; otros dos enseñan otras materias y se dedican a la investigación
- 1.9. lenguas que conocen (aunque sea en distintos niveles): 1 una lengua, 3 dos lenguas
- 1.10. todos aprenden idiomas por medio de clases; algunos de forma autodidacta
- 1.11. dos no han vivido fuera del país; los otros dos sí lo han hecho.

2. *Principales razones por las que se estudia una segunda lengua*

- 2.1. Entre las razones más frecuentes mencionaron: por cultura, futuro profesional, comunicación con otros, estudios, formación, gusto y negocios

3. *Formas más conocidas o utilizadas para aprender idiomas*

- 3.1. Entre las más repetidas están: leer y vivir en otro país.
- 3.2. Otras respuestas fueron: tv, películas, audio, audiovisuales, música, internet, diccionarios, programas didácticos como Rosetta Stone, caricaturas

4. *Hábitos lectores*

- 4.1. Todos contestaron que les gusta leer.
- 4.2. A tres les gusta leer en pantalla.

4.3. En cuanto a las decisiones tomadas al enfrentarse a textos en otras lenguas, y sus intereses por géneros literarios no se puede observar ningún patrón: las respuestas son sumamente variadas.

5. *Relación entre la lectura y el aprendizaje de una lengua*

5.1. Todos los profesores subrayaron la importante función que tiene la lectura en el aprendizaje de una lengua. Coincidieron en que se amplía el conocimiento de la lengua en cuanto a vocabulario, estructuras gramaticales, estilos y cultura.

5.2. Tres profesores dijeron siempre utilizar en sus clases otros materiales de lectura, además de los libros de texto; uno dijo que a veces lo hacían.

5.3. Estos materiales los obtienen sobre todo de internet (2 respuestas), de libros (2 respuestas), revistas, periódicos, manuales, lo compran o lo elaboran (1 respuestas cada uno).

5.4. A la pregunta de en dónde más pueden encontrar sus alumnos estos materiales nueve de los encuestados escribieron entre sus respuestas: internet. Las otras respuestas (aparecen una vez) fueron: en bibliotecas, en prensa, en Amazon.

5.5. De los materiales en papel dijeron: pueden subrayar vocabulario desconocido, es práctico para trabajar en clase, mayor control y facilidad, con costosos = cuestan árboles

5.6. De los audios dijeron: mejoran la pronunciación, indispensable para la comprensión auditiva, se tiene que tener equipo para reproducirlo

5.7. De los materiales multimedia dijeron: apoyan las cuatro habilidades comunicativas, mayor versatilidad, son indispensables porque los alumnos son todos muy visuales.

5.8. De los archivos electrónicos dijeron: acceso inmediato y móvil, ahorro de espacio, trabajo a distancia, no se dispone de él en clase.

6. *Opinión personal sobre el conocimiento de otras culturas a través de la lectura*

6.1. Nadie se expresó al respecto.

7. *Información adicional*

7.1. Cito otros datos que aparecieron en las respuestas:

- Son necesarios los glosarios multilingües.
- La mayoría de las veces los libros de texto no son útiles, ya que los alumnos los aceptan de manera distinta. Lo más útil que he experimentado es elaborar mis propios materiales.
- Hay un sinfín de recursos en internet. El reto es encontrar los adecuados y también asegurar que la calidad sea la adecuada.
- Para mí es forzoso que los alumnos lean textos literarios en español desde los niveles más básicos. No sólo por la cuestión del vocabulario, sintaxis, etc., sino por el componente cultural que aportan dichos textos.

Mi experiencia en la universidad pública fue distinta. Desde la primera de las tres entrevistas orales que sostuve con la Dra. Beatriz Granda Dahan, entonces coordinadora del Área de Español del CEPE, me enteré de que no pocas personas van a esta institución a intentar entrevistar o encuestar a sus alumnos: es un espacio donde pueden encontrar muchísimos extranjeros. En consecuencia, la Dra. Granda me sugirió que redujera la extensión de los cuestionarios (los reduje a la mitad y el resultado fue muy positivo) y que fuera un día a la sala de profesores en sus horarios de descanso para que yo me acercara a ellos y les preguntara, uno por uno, si les gustaría colaborar contestando o repartiendo cuestionarios entre sus alumnos. Naturalmente, no fue fácil conseguir el apoyo de los profesores: me decían que no tenían tiempo, que no era el momento, que sus alumnos no podían entender el nivel de español de las preguntas, que tenían sus programas muy apretados, etc. Pero afortunadamente varios sí aceptaron contestar ellos mismos el cuestionario y además pedirles a sus alumnos que respondieran otros.

En particular, conocí a dos profesores del CEPE que fueron muy amables y me hicieron muchas recomendaciones e incluso uno me prestó el libro de Ana María Maqueo sobre el enfoque comunicativo. En la plática surgieron varios temas relevantes para mi proyecto: me confirmaron la necesidad actual de contar con estos materiales; me hablaron de cómo los profesores se veían en la necesidad de crear sus propios materiales, pero que éstos sólo eran conocidos por sus alumnos directos o en el mejor de los casos los publicaban pero tenían poca difusión; me dijeron que los

esfuerzos estaban dispersos y que no había mucha colaboración al respecto entre los docentes; también enfatizaron que cada vez es mayor la demanda del español de México, y finalmente, me aseguraron que mi idea de crear materiales multimedia era atinada y también el hecho de difundirlos por internet, pues los alumnos de ahora, dijeron, recurren constantemente a la red para buscar todo tipo de información. Fue precisamente uno de estos dos profesores quien, entre pausa y pausa, aplicó entre sus alumnos los ocho cuestionarios que aquí presento.

La tercera entrevista que sostuve con la Dra. Granda me motivó bastante. Después de escuchar mis ideas y la descripción de mi proyecto, me dijo que era buena idea, que sería útil, que se necesitaba gente joven proponiendo cosas nuevas. Me comentó que en dos semanas habría una junta con un grupo de trabajo que está haciendo un proyecto de materiales complementarios para la enseñanza y me prometió que iba a intentar repartir mis cuestionarios entre los miembros de ese grupo.

Del análisis de las respuestas obtenidas por parte de los alumnos de español del CEPE, pude recabar la siguiente información:

1. Aspectos personales

- 1.1. alumnos extranjeros (4 de Corea, 2 de Japón, 1 de Inglaterra, 1 de Estados Unidos)
- 1.2. lengua materna: las correspondientes
- 1.3. rango de edades promedio: entre 21 y 29 años (17 el más joven)
- 1.4. sexo: 3 mujeres, 5 hombres
- 1.5. niveles de español: todos en A2
- 1.6. la mayoría en la universidad, en licenciatura; algunos en preparatoria
- 1.7. de carreras muy diversas

2. Principales razones por las que se estudia una segunda lengua

- 2.1. Las respuestas fueron muy variadas: tres respondieron por trabajo; las demás fueron respuestas particulares: por gusto, para hablar con la familia de mi novio y para vivir en México, para hacer el examen DELE, porque español es mi segundo estudio, donde vivo hay mucha gente mexicana (dijo la estadounidense).

4. *Hábitos lectores*

4.4. A todos les gusta leer.

4.5. Seis personas marcaron que les gusta leer en pantalla; a 2 personas no.

4.5. A dos personas no les gusta leer en español, porque les parece muy difícil.

Los dos encuentros que tuve con la Lic. Rebeca García, encargada de la biblioteca Simón Bolívar del CEPE, también fueron agradables. En ambas ocasiones hizo todo por ayudarme y contestó con infinita paciencia la serie de mis preguntas (tengo grabada una de estas pláticas). La información que obtuve de esta forma está incluida en los antecedentes de este trabajo. Me habló del sistema de enseñanza del CEPE que combina las materias de lengua con las de cultura (pude observar en los horarios desplegados en una pared que la oferta de sus cursos es muy variada, completa y atractiva), de los métodos que ahí se habían producido, de los materiales complementarios con los que contaban, de cómo se habían conseguido éstos, de que actualmente había grupos de trabajo produciendo nuevos materiales, y de los hábitos de los estudiantes que utilizaban la biblioteca. Asimismo, me mostró qué materiales había en el acervo relacionados con mi proyecto. Finalmente, me aseguró que era muy importante que se produjeran en México este tipo de materiales, que hacían mucha falta.

e. Cuestionarios por escrito

**Cuestionario sobre las ediciones bilingües para el proyecto
de la Editorial Iambul (aplicado a alumnos del CELE)**

Correo electrónico para contactarte por si ganas la rifa _____

1. ¿Nacionalidad? _____ ¿Lengua materna? _____

¿Edad? _____ ¿Sexo? _____ ¿Carrera? _____

¿Escolaridad (nivel actual o último)? _____

¿En dónde estudias y/o trabajas? _____

2. Si estás estudiando otra lengua, ¿en dónde lo haces? _____

¿Para qué lo haces? _____

3. ¿En qué país vives actualmente? _____

4. ¿En qué otros países has vivido y cuánto tiempo? _____

5. ¿Qué formas conoces o te puedes imaginar para aprender un idioma por tu cuenta?

6. ¿Qué otras lenguas conoces, cuánto las conoces y cómo las aprendiste o estás aprendiendo?

Idioma	Porcentaje de tus capacidades				Modo de aprendizaje
	Comprensión oral	Lectura	Expresión oral	Escritura	
a.					
b.					
c.					
d.					
e.					
f.					
g.					

7. ¿Te gusta leer? (sí) (no)

8. ¿Te gusta leer traducciones de textos? (sí) (no) (nunca lo has hecho)

porque _____

9. ¿Crees que leer textos en la lengua que estás aprendiendo te puede ayudar para mejorar tu conocimiento de esa lengua? (sí) (no)

porque _____

10. Si estás estudiando en un instituto de lenguas, además de los libros de texto, ¿te dan material de lectura en la otra lengua o tienes acceso a ellos en una biblioteca? (sí) (no)

Si sí, ¿qué tipo de textos? _____

11. ¿En dónde más tienes acceso a textos en otras lenguas?

12. Cuando estás leyendo textos en la lengua que estás aprendiendo y te enfrentas a palabras o expresiones que no conoces o no entiendes, ¿qué haces? Por favor, ordena las siguientes opciones según la frecuencia con la que sueles optar por cada una de ellas; si nunca haces alguna de estas opciones, sólo táchala.

_____ dejo de leer

_____ me salto la parte que no entiendo y sigo leyendo

_____ apunto lo que no entiendo y sigo leyendo, para consultarlo después

_____ sigo leyendo para ver si el resto del texto mismo me lo aclara

_____ me detengo por un momento y lo consulto en el diccionario

_____ me detengo por un momento y lo consulto en internet

_____ me detengo por un momento y le pregunto a alguien que sepa

_____ tengo a la mano la traducción del texto a mi lengua materna

13. ¿Has leído ediciones bilingües (un libro que contenga el texto en su lengua original y también su traducción)? (sí) (no) (nunca he visto una)

14. ¿Si sí, cuáles ediciones bilingües recuerdas más (de ser posible, especifica autor, título y editorial)?

a. _____

b. _____

c. _____

d. _____

15. ¿Qué tipo de textos te interesaría leer en ediciones bilingües (un libro que contenga el texto en su lengua original y también su traducción)?

género	sí	no	género	sí	no
poesía			textos didácticos		
cuento			artículos de periódico		
cuentos/leyendas populares			artículos de revista		
cuentos infantiles			comic o historietas		
novela			cartas		
relatos de viaje			aforismos y frases célebres		
teatro			dichos y refranes		
ensayo			letras de canciones		
difusión científica			recetas tradicionales		
relaciones históricas			acertijos y adivinanzas		
otros, ¿cuáles?					

16. Si costaran lo mismo, ¿qué preferirías comprar?

traducción _____

edición bilingüe _____

te daría lo mismo _____

17. ¿Qué ventajas o desventajas crees que pueda tener una edición bilingüe para ayudarte en tu aprendizaje de un idioma?

18. ¿Crees que una edición bilingüe pueda ayudarte a conocer otras culturas y a disfrutar su literatura? (sí) (no)

porque _____

—

19. ¿Te gustaría leer textos escritos originalmente en tu lengua materna presentados en una edición bilingüe con la traducción a la lengua que estás aprendiendo? (sí) (no)
porque _____

**Cuestionario sobre las ediciones bilingües para el proyecto
de la Editorial Iambul (aplicado a profesores del CELE)**

1. Nacionalidad: _____ Lengua materna: _____
 Edad: _____ Sexo: _____ Lugar de residencia: _____
2. Estudios profesionales (¿carrera?): _____
 Escolaridad (nivel actual o último): _____
3. Años de experiencia impartiendo clases de idiomas: _____
 Actividad laboral principal: _____
4. ¿En dónde ha impartido o imparte clases de idiomas, qué idioma y qué nivel?

Instituto, Lugar	Lengua	Nivel

5. ¿En qué otros países ha vivido y cuánto tiempo? _____

6. ¿Qué otras lenguas conoce, cuánto las conoce y cómo las aprendió o está aprendiendo?

Idioma	Porcentaje de tus capacidades				Modo de aprendizaje
	Comprensión oral	Lectura	Expresión oral	Escritura	
a.	%	%	%	%	
b.	%	%	%	%	
c.	%	%	%	%	
d.	%	%	%	%	
e.	%	%	%	%	

7. ¿Cuáles cree usted que sean las razones más comunes por las que se aprende una segunda lengua? (Por favor escriba mínimo cinco y en orden de importancia).

8. ¿Qué formas conoce o se puede imaginar para aprender idiomas de forma autodidacta?

9. ¿Le gusta leer? (sí) (no)

10. ¿Le gusta leer traducciones de textos? (sí) (no)

porque _____

11. En su opinión, ¿que sus alumnos lean textos en la lengua que están aprendiendo les puede ayudar a mejorar su conocimiento de esa lengua? (sí) (no)

porque _____

12. Al enseñar una lengua, además de los libros de texto, ¿ofrece o utiliza otros materiales de lectura en esa lengua?

(siempre) (a veces) (de vez en cuando) (casi nunca) (nunca)

13. Generalmente, ¿en dónde obtiene ese material de lectura en la lengua que enseña?

14. ¿Su institución ofrece a los alumnos y profesores materiales de lectura en otras lenguas?

lugar	sí	no	lugar	sí	no
acervo			laboratorio		
biblioteca			centro de recursos audiovisuales		
librería			sitio de internet		
otros, ¿cuáles?					

15. ¿En dónde más cree usted que sus alumnos podrían tener acceso a textos en la(s) lengua(s) que usted enseña?

16. ¿Qué les recomendaría hacer a sus alumnos cuando ellos están leyendo textos en la lengua que estén aprendiendo y se enfrentan a palabras o expresiones que no conocen o no entienden? Por favor, ordene las siguientes opciones según el orden de importancia; si desapruueba alguna de estas opciones, táchela.

_____ dejar de leer

_____ saltarse la parte que no entiende y seguir leyendo

_____ apuntar lo que no se entiende y seguir leyendo, para consultarlo después

_____ seguir leyendo para ver si el resto del texto mismo se lo aclara

_____ detenerse por un momento y consultarlo en el diccionario

_____ detenerse por un momento y consultarlo en internet

_____ detenerse por un momento y preguntarle a alguien que sepa

_____ leer teniendo a la mano la traducción del texto a la lengua materna

17. ¿Ha leído ediciones bilingües (un libro que contenga el texto en su lengua original y también su traducción)? (sí) (no)

18. ¿Si sí, cuáles ediciones bilingües recuerda más (de ser posible, especifique autor, título y editorial)?

- a. _____
 b. _____
 c. _____
 d. _____

19. ¿Trabaja en sus clases con los textos originales y sus traducciones? (sí) (no) porque _____

20. ¿Qué ventajas cree que pueda tener una edición bilingüe para ayudarle a sus alumnos a aprender un idioma?

21. En su opinión, tener a la mano un texto y su traducción podría ayudarle en clases a:

ventaja	sí	no	ventaja	sí	no
comparar estructuras sintácticas en ambas lenguas			ampliar vocabulario		
comparar posibilidades léxicas en ambas lenguas			comparar usos de signos de puntuación		
explicar o mostrar el uso de expresiones coloquiales			comparar acentuación y pronunciación en ambas lenguas		
comparar morfología (formación o declinación de las palabras)			analizar los mecanismos de traducción de una lengua a otra		

22. Si quisiera usted usar para sus clases ediciones bilingües, ¿en dónde las buscaría?

23. ¿Qué tipo de textos le interesaría tener en ediciones bilingües para usarlos como material didáctico en sus clases de idiomas?

género	sí	no	género	sí	no
poesía			textos didácticos		
cuento			artículos de periódico		
cuentos/leyendas populares			artículos de revista		
cuentos infantiles			comic o historietas		
novela			cartas		
relatos de viaje			aforismos y frases célebres		
teatro			dichos y refranes		
ensayo			letras de canciones		
difusión científica			recetas tradicionales		
relaciones históricas			acertijos y adivinanzas		
otros, ¿cuáles?					

24. Si costaran lo mismo, ¿qué preferiría comprar?

traducción _____

edición bilingüe _____

le sería indiferente _____

25. ¿Le gustaría leer textos escritos originalmente en su lengua materna presentados en una edición bilingüe con la traducción a otra lengua? (sí) (no)

porque _____

26. Comentarios sobre su experiencia como docente de idiomas que cree que puedan sernos útiles para entender mejor el proceso de aprendizaje de una lengua, las dinámicas de las clases, las tendencias didácticas o las políticas educativas de su institución o de algún país en específico

**Cuestionario sobre el material de lectura para el aprendizaje
del español como lengua extranjera (aplicado a alumnos del Tec)**

- 1 ¿Nacionalidad? _____
- 2 ¿Lengua materna? _____
- 3 ¿Edad? _____
- 4 ¿Sexo? (femenino) (masculino)
- 5 ¿Carrera? _____
- 6 ¿Escolaridad (nivel actual o último)? _____
- 7 ¿En dónde estudias y/o trabajas? _____
- 8 ¿Cuál es tu país de residencia permanente? _____
- 9 ¿En qué país vives actualmente? _____
- 10 ¿En qué otros países has vivido y cuánto tiempo? _____
- _____
- 11 ¿En dónde has estudiado o estudias español? _____
- 12 ¿Para qué lo haces? _____
- 13 ¿Qué nivel de español estudias ahora? (A1) (A2) (B1) (B2) (C1) (C2)
- 14 ¿Qué otras lenguas conoces, cuánto las conoces y cómo las aprendiste o estás aprendiendo (escuela, universidad, instituto de lenguas, por tu cuenta, contacto con hablantes, contacto con otras culturas...)?

Idioma	Porcentaje de tus capacidades				Modo de aprendizaje
	Expresión oral	Comprensión oral	Escritura	Lectura	
español	%	%	%	%	
	%	%	%	%	
	%	%	%	%	
	%	%	%	%	

15 ¿Qué formas conoces o te puedes imaginar para aprender un idioma por tu cuenta?

16 ¿Te gusta leer? (sí) (no)

17 ¿Cómo te gusta leer?

medio	sí	no	medio	sí	no
libros			en pantalla		
revistas			libros electrónicos		
periódicos			audio libros		
otros, ¿cuáles?					

18 ¿Te gusta leer textos en español? (sí) (no) (nunca lo has hecho)

porque -----

19 ¿Leer textos en español te puede ayudar en tu aprendizaje de la lengua? (sí) (no)

porque -----

20 ¿Donde estudias español te ofrecen materiales de lectura en esa lengua adecuados para que puedas comprenderlos? Al responder, no consideres los libros de texto.

(sí) (no) (no sé)

21 Si contestaste que sí a la pregunta anterior, ¿en dónde encuentras ese material de lectura?

lugar	sí	no	lugar	sí	no
acervo especializado			laboratorio de lenguas		
biblioteca			centro de recursos audiovisuales		
librería			sitio de internet		
otros, ¿cuáles?					

22 En dónde vives normalmente, ¿puedes encontrar textos en español adecuados a tu nivel de comprensión de lectura? (sí) (no) (no sé)

23 Cuando lees textos en español y no entiendes algunas palabras, ¿qué haces? Por favor, ordena las siguientes opciones; si nunca haces alguna de ellas, sólo táchala.

_____ dejo de leer

_____ me salto la parte que no entiendo y sigo leyendo

_____ me detengo por un momento y consulto lo que no entiendo

_____ apunto lo que no entiendo para consultarlo después y sigo leyendo

_____ sigo leyendo para ver si el resto del texto mismo me lo aclara

_____ observo las imágenes para ver si éstas me aclaran lo que no entiendo

_____ de ser posible, le pregunto a alguien que sepa

_____ tengo a la mano la traducción del texto a mi lengua materna

24 ¿Qué tipo de textos te interesaría leer en español?

género	✓	género	✓	género	✓
poesía		difusión científica		cartas	
cuento		relaciones históricas		aforismos	
relatos populares		biografías		frases célebres	
cuentos infantiles		difusión científica		dichos y refranes	
novela		textos didácticos		letras de canciones	
relatos de viaje		artículos de periódico		recetas tradicionales	
teatro		artículos de revista		acertijos y adivinanzas	
ensayo		cómic o historietas		entrevistas	
otros, ¿cuáles?					

25 ¿Qué lugares del mundo hispanohablante conoces?

26 ¿Qué lugares del mundo hispanohablante te gustaría conocer?

27 ¿Crees que puedes conocer el mundo hispanohablante a través de la lectura?

(sí)

(no)

(no sé)

porque _____

28 ¿Sobre qué temas del mundo hispanohablante te gustaría leer?

tema	✓	tema	✓	tema	✓
naturaleza		personajes célebres		literatura	
sitios de interés		mundo joven		teatro	
viajes		deportes		cine	
historia		entretenimiento		danza	
política		cultura		lengua	
economía		pintura		gastronomía	
mundo laboral		escultura		fiestas y tradiciones	
sociedad		arquitectura		costumbres	
gente		música		creencias	
otros, ¿cuáles?					

¡Muchas gracias por contestar! Cuando estemos listos, quisiéramos mandarte una muestra gratuita de nuestro material de lectura para el aprendizaje del español como segunda lengua. Para eso, necesitamos tu nombre y tu correo electrónico:

**Cuestionario sobre el material de lectura para el aprendizaje
del español como lengua extranjera (aplicado a profesores del Tec)**

1 ¿Nacionalidad? _____

2 ¿Lengua materna? _____

3 ¿Edad? _____

4 ¿Sexo? (femenino) (masculino)

5 ¿Carrera? _____

6 ¿Escolaridad (nivel actual o último)? _____

7 Actividad laboral principal: _____

8 Años de experiencia impartiendo clases de idiomas: _____

9 ¿En dónde ha impartido o imparte clases de idiomas, qué idioma y qué nivel?

Instituto, Lugar	Lengua	Nivel

10 País de residencia: _____

11 ¿En qué otros países ha vivido y cuánto tiempo? _____

12 ¿Qué otras lenguas conoce, cuánto las conoce y cómo las aprendió o está aprendiendo (escuela, universidad, instituto de lenguas, autodidacta, contacto con hablantes, contacto con otras culturas...)?

Idioma	Porcentaje de tus capacidades				Modo de aprendizaje
	Comprensión oral	Lectura	Expresión oral	Escritura	
a.	%	%	%	%	
b.	%	%	%	%	
c.	%	%	%	%	
d.	%	%	%	%	

13 ¿Cuáles cree usted que sean las razones más comunes por las que se aprende una segunda lengua? (Por favor escriba mínimo cinco y en orden de importancia).

14 ¿Qué formas conoce o se puede imaginar para aprender idiomas de forma autodidacta?

15 ¿Le gusta leer? (sí) (no)

16 ¿Cómo le gusta leer?

medio	sí	no	medio	sí	no
libros			en pantalla		
revistas			libros electrónicos		
periódicos			audio libros		
otros, ¿cuáles?					

17 En su opinión, ¿es importante que sus alumnos de español lean textos en español?

(sí) (no)

porque _____

18 ¿Qué les recomienda hacer a sus alumnos cuando ellos están leyendo textos en español y hay algo que entienden? Por favor, ordene las siguientes opciones; si no recomienda alguna de ellas, sólo táchela.

_____ dejar de leer

_____ saltarse la parte que no se entiende y seguir leyendo

_____ detenerse por un momento y consultar lo que no se entiende

_____ apuntar lo que no se entiende para consultarlo después y seguir leyendo

_____ seguir leyendo para ver si el resto del texto mismo aclara lo que no se entiende

_____ observar las imágenes para ver si éstas aclaran lo que no se entiende

_____ de ser posible, preguntarle alguien que sepa

_____ tener a la mano la traducción del texto a la lengua materna

19 Al enseñar el idioma español, además de los libros de texto, ¿utiliza otros materiales de lectura en español adecuados al nivel de comprensión de sus alumnos?

(siempre) (a veces) (de vez en cuando) (casi nunca) (nunca)

20 Generalmente, ¿en dónde obtiene ese material de lectura?

21 ¿La institución (o las instituciones) en las que trabaja ofrece(n) a los alumnos y profesores materiales de lectura en español adecuados a diferentes niveles de comprensión de lectura? Al responder, no considere los libros de texto.

(sí) (no) (no sé)

22 Si la respuesta anterior fue sí, ¿en dónde se encuentra ese material de lectura?

lugar	sí	no	lugar	sí	no
acervo especializado			laboratorio		
biblioteca			centro de recursos audiovisuales		
librería			sitio de internet		
otros, ¿cuáles?					

23 ¿En dónde más cree usted que sus alumnos podrían tener acceso a textos en español adecuados a su nivel de comprensión de lectura?

24 ¿Trabaja usted en sus clases con textos que no fueron creados específicamente como material didáctico de español como lengua extranjera?

(sí) ¿Qué tipo de textos utiliza y por qué? _____

(no) ¿Por qué razón? _____

25 ¿Qué tipo de textos en español adecuados a diferentes niveles de comprensión de lectura le interesaría utilizar como apoyo en las clases de español que usted imparte?

género	✓	género	✓	género	✓
poesía		difusión científica		cartas	
cuento		relaciones históricas		aforismos	
relatos populares		biografías		frases célebres	
cuentos infantiles		difusión científica		dichos y refranes	
novela		textos didácticos		letras de canciones	
relatos de viaje		artículos de periódico		recetas tradicionales	
teatro		artículos de revista		acertijos y adivinanzas	
ensayo		cómic o historietas		entrevistas	
otros, ¿cuáles?					

26 ¿Qué ventajas y desventajas didácticas podrían ofrecer las siguientes presentaciones de estos materiales de lectura en español?

papel: _____

audio: _____

multimedia: _____

archivo electrónico: _____

otros (especificar): _____

27 ¿Sobre qué temas del mundo hispanohablante le gustaría trabajar a través de lecturas con sus alumnos de español?

tema	✓	tema	✓	tema	✓
naturaleza		personajes célebres		literatura	
sitios de interés		mundo joven		teatro	
viajes		deportes		cine	
historia		entretenimiento		danza	
política		cultura		lengua	
economía		pintura		gastronomía	
mundo laboral		escultura		fiestas y tradiciones	
sociedad		arquitectura		costumbres	
gente		música		creencias	
otros, ¿cuáles?					

28 Comentarios sobre su experiencia como docente del idioma español que crea que puedan ser útiles para crear, seleccionar, diseñar, presentar o difundir mejor nuestros materiales de lectura para el aprendizaje del español como segunda lengua:

¡Muchas gracias por contestar! Cuando estemos listos, quisiéramos mandarle una muestra gratuita de nuestro material de lectura para el aprendizaje del español como segunda lengua. Para eso, necesitamos su nombre y su correo electrónico:

**Cuestionario sobre el material de lectura para el aprendizaje
del español como lengua extranjera (aplicado a alumnos del CEPE)**

1 ¿Nacionalidad? _____

2 ¿Lengua materna? _____

3 ¿Edad? _____

4 ¿Sexo? (femenino) (masculino)

5 ¿Carrera? _____

6 ¿Escolaridad (nivel actual o último)? _____

7 ¿En dónde estudias y/o trabajas? _____

8 ¿Por qué estudias español? _____

9 ¿Qué nivel de español estudias ahora? (A1) (A2) (B1) (B2) (C1) (C2)

10 ¿Te gusta leer? (sí) (no)

11 ¿Cómo te gusta leer?

medio	sí	no	medio	sí	no
libros			en pantalla		
revistas			libros electrónicos		
periódicos			audio libros		
otros, ¿cuáles?					

12 ¿Te gusta leer textos en español? (sí) (no) (nunca lo has hecho)

porque _____

13 ¿Leer textos en español te puede ayudar en tu aprendizaje de la lengua? (sí) (no)

porque _____

14 ¿Qué tipo de textos te interesaría leer en español?

género	<input type="checkbox"/>	género	<input type="checkbox"/>	género	<input type="checkbox"/>
poesía		difusión científica		cartas	
cuento		relaciones históricas		aforismos	
relatos populares		biografías		frases célebres	
cuentos infantiles		difusión científica		dichos y refranes	
novela		textos didácticos		letras de canciones	
relatos de viaje		artículos de periódico		recetas tradicionales	
teatro		artículos de revista		acertijos y adivinanzas	
ensayo		cómic o historietas		entrevistas	
otros, ¿cuáles?					

15 ¿Sobre qué temas del mundo hispanohablante te gustaría leer?

tema	<input type="checkbox"/>	tema	<input type="checkbox"/>	tema	<input type="checkbox"/>
naturaleza		personajes célebres		literatura	
sitios de interés		mundo joven		teatro	
viajes		deportes		cine	
historia		entretenimiento		danza	
política		cultura		lengua	
economía		pintura		gastronomía	
mundo laboral		escultura		fiestas y tradiciones	
sociedad		arquitectura		costumbres	
gente		música		creencias	
otros, ¿cuáles?					

¡Muchas gracias por contestar! Cuando estemos listos, quisiéramos mandarte una muestra gratuita de nuestro material de lectura para el aprendizaje del español como segunda lengua. Para eso, necesitamos tu nombre y tu correo electrónico:

**Cuestionario sobre material de lectura para el aprendizaje
del español como lengua extranjera (aplicado a profesores del CEPE)**

1 ¿Nacionalidad? _____

2 ¿Lengua materna? _____

3 ¿Edad? _____

4 ¿Sexo? (femenino) (masculino)

5 ¿Carrera? _____

6 ¿Escolaridad (nivel actual o último)? _____

7 Actividad laboral principal: _____

8 Años de experiencia impartiendo clases de idiomas: _____

9 ¿Cuáles cree usted que sean las razones más comunes por las que se aprende una segunda lengua?
(Por favor escriba mínimo cinco y en orden de importancia).

10 Al enseñar el idioma español, además de los libros de texto, ¿utiliza otros materiales de lectura en español adecuados al nivel de comprensión de sus alumnos?

(siempre) (a veces) (de vez en cuando) (casi nunca) (nunca)

11 Generalmente, ¿qué tipo de material es y dónde lo obtiene?

12 ¿Conoce las colecciones de las editoriales españolas dedicadas a las lecturas graduadas en español (Difusión, SGELele, Anaya, Edelsa, Edinumen, enClave, Santillana...)?

(sí) (sólo algunas) (no)

Si sí, ¿qué opina de ellas? _____

13 ¿Participó (participa) en la creación de los materiales de lectura y audio en español del CEPE?
 ¿Cuándo y cómo? ¿Por qué y para qué se crearon (crean) estos materiales?

14 ¿Qué tipo de textos en español adecuados a diferentes niveles de comprensión de lectura le interesaría utilizar como apoyo en las clases de español que usted imparte?

género	✓	género	✓	género	✓
poesía		difusión científica		cartas	
cuento		relaciones históricas		aforismos	
relatos populares		biografías		frases célebres	
cuentos infantiles		difusión científica		dichos y refranes	
novela		textos didácticos		letras de canciones	
relatos de viaje		artículos de periódico		recetas tradicionales	
teatro		artículos de revista		acertijos y adivinanzas	
ensayo		cómic o historietas		entrevistas	
otros, ¿cuáles?					

15 ¿Qué ventajas o desventajas didácticas podrían ofrecer las siguientes presentaciones de estos materiales de lectura en español?

papel: -----

audio: -----

multimedia: -----

archivo electrónico: -----

otros (especificar): -----

16 ¿Sobre qué temas del mundo hispanohablante le gustaría trabajar a través de lecturas con sus alumnos de español?

tema	✓	tema	✓	tema	✓
naturaleza		personajes célebres		literatura	
sitios de interés		mundo joven		teatro	
viajes		deportes		cine	
historia		entretenimiento		danza	
política		cultura		lengua	
economía		pintura		gastronomía	
mundo laboral		escultura		fiestas y tradiciones	
sociedad		arquitectura		costumbres	
gente		música		creencias	
otros, ¿cuáles?					

17 Comentarios sobre su experiencia como docente del idioma español que crea que puedan ser útiles para crear, seleccionar, diseñar, presentar o difundir mejor nuestros materiales de lectura para el aprendizaje del español como segunda lengua:

18 ¿Es usted miembro de alguna red, institución u organismo de alcance internacional que reúna a los especialistas e interesados en la enseñanza de ELE? ¿De cuál o cuáles?

¡Muchas gracias por contestar! Cuando estemos listos, quisiéramos mandarle una muestra gratuita de nuestro material de lectura para el aprendizaje del español como segunda lengua. Para eso, necesitamos su nombre y su correo electrónico:

**Cuestionario sobre material de lectura para el aprendizaje
del español como lengua extranjera (aplicado a profesores del CEPE)**

1 ¿Nacionalidad? _____

2 ¿Lengua materna? _____

3 ¿Edad? _____

4 ¿Sexo? (femenino) (masculino)

5 ¿Carrera? _____

6 ¿Escolaridad (nivel actual o último)? _____

7 Actividad laboral principal: _____

8 Años de experiencia impartiendo clases de idiomas: _____

9 ¿Cuáles cree usted que sean las razones más comunes por las que se aprende una segunda lengua?
(Por favor escriba mínimo cinco y en orden de importancia).

10 Al enseñar el idioma español, además de los libros de texto, ¿utiliza otros materiales de lectura en español adecuados al nivel de comprensión de sus alumnos?

(siempre) (a veces) (de vez en cuando) (casi nunca) (nunca)

11 Generalmente, ¿qué tipo de material es y dónde lo obtiene?

12 ¿Conoce las colecciones de las editoriales españolas dedicadas a las lecturas graduadas en español (Difusión, SGELele, Anaya, Edelsa, Edinumen, enClave, Santillana...)?

(sí) (sólo algunas) (no)

Si sí, ¿qué opina de ellas? _____

13 ¿Participó (participa) en la creación de los materiales de lectura y audio en español del CEPE?
 ¿Cuándo y cómo? ¿Por qué y para qué se crearon (crean) estos materiales?

14 ¿Qué tipo de textos en español adecuados a diferentes niveles de comprensión de lectura le interesaría utilizar como apoyo en las clases de español que usted imparte?

género	✓	género	✓	género	✓
poesía		difusión científica		cartas	
cuento		relaciones históricas		aforismos	
relatos populares		biografías		frases célebres	
cuentos infantiles		difusión científica		dichos y refranes	
novela		textos didácticos		letras de canciones	
relatos de viaje		artículos de periódico		recetas tradicionales	
teatro		artículos de revista		acertijos y adivinanzas	
ensayo		cómic o historietas		entrevistas	
otros, ¿cuáles?					

15 ¿Qué ventajas o desventajas didácticas podrían ofrecer las siguientes presentaciones de estos materiales de lectura en español?

papel: -----

audio: -----

multimedia: -----

archivo electrónico: -----

otros (especificar): -----

16 ¿Sobre qué temas del mundo hispanohablante le gustaría trabajar a través de lecturas con sus alumnos de español?

tema	✓	tema	✓	tema	✓
naturaleza		personajes célebres		literatura	
sitios de interés		mundo joven		teatro	
viajes		deportes		cine	
historia		entretenimiento		danza	
política		cultura		lengua	
economía		pintura		gastronomía	
mundo laboral		escultura		fiestas y tradiciones	
sociedad		arquitectura		costumbres	
gente		música		creencias	
otros, ¿cuáles?					

17 Comentarios sobre su experiencia como docente del idioma español que crea que puedan ser útiles para crear, seleccionar, diseñar, presentar o difundir mejor nuestros materiales de lectura para el aprendizaje del español como segunda lengua:

18 ¿Es usted miembro de alguna red, institución u organismo de alcance internacional que reúna a los especialistas e interesados en la enseñanza de ELE? ¿De cuál o cuáles?

¡Muchas gracias por contestar! Cuando estemos listos, quisiéramos mandarle una muestra gratuita de nuestro material de lectura para el aprendizaje del español como segunda lengua. Para eso, necesitamos su nombre y su correo electrónico:

Anexo IV

**Manual de estilo
de normas editoriales y tipográficas para *Habla México***

Índice

I. Los textos / iii

Presentación de un texto base / iv

Presentación de los textos complementarios / v

II. Corrección de estilo / vi

Ortografía / vii

Sintaxis / viii

Puntuación / ix

Punto / ix

Punto y coma / ix

Coma / ix

Puntos suspensivos / x

Comillas / x

Paréntesis / xi

Corchetes / xii

Rayas / xii

Menos / xii

Guiones / xii

Signos de interrogación y exclamación / xii

Otras normas de estilo / xiii

Abreviaturas / xiii

Mayúsculas y minúsculas / xiv

Números y símbolos / xv

Nombres y palabras en otras lenguas / xvi

Notas y llamadas a nota / xvi

Notas bibliográficas / xvii

Citas y transcripciones / xvii

Indicaciones especiales / xviii

III. Marcado / xix

Versalitas / xix

Cursivas / xix

Negritas / xix

Enumeraciones o incisos / xix

IV. Corrección tipográfica / xx

Lectura de primeras pruebas / xxi

Lectura de segundas pruebas / xxi

Lectura de finas / xii

V. Marcaje para la versión digital / xii

VI. Las actualizaciones al texto / xii

1. *Los textos*¹

Se denomina aquí *texto base* a aquel creado por un especialista para desarrollar alguno de los temas sobre la cultura mexicana que aparecen en el menú de la página inicial del sitio *Habla México* (viajes, historia, política, economía, sociedad, arte, cultura, mundo indígena, noticias o humor). Generalmente, esta obra será creada por encargo de la editorial. Sin embargo, el texto base también puede haber sido previamente publicado, en cuyo caso, de entre las diferentes ediciones existentes, nuestro equipo de trabajo elegirá aquella que le parezca la de mejor calidad y la más adecuada para su propuesta editorial, lo que le permitirá trabajar con ella respetando su presentación textual (mas no de formato) al capturarla o digitalizarla, e igualmente durante todo el proceso de elaboración de su propia edición. En casos excepcionales, se mostrará al lector con la mayor claridad posible —a través de ventanas independientes especialmente diseñadas para esta función— las pocas modificaciones al texto base que se considere necesario hacer.

Por otra parte, denominamos *textos complementarios* a los materiales que acompañarán a un texto base determinado, enriqueciéndolo: actividades, ejercicios y complementos didácticos para la enseñanza y el aprendizaje del español como lengua extranjera. Todos ellos serán creados especialmente para el proyecto *Habla México*.

Tanto los textos base como los textos complementarios escritos pasarán por varias lecturas y correcciones a cargo de nuestro equipo de edición, según los criterios que a continuación se especifican.

Dado que se estará trabajando con numerosos materiales, es indispensable comprender y respetar el sistema de identificación de los mismos que aquí se describirá.

¹ Entendemos el concepto de *texto* en sentido amplio: todo lo que se puede leer o que proporciona alguna información. Así, otros medios de comunicación, además del escrito, también son texto. Sin embargo, los criterios de estilo que se describen a lo largo de este manual se aplican únicamente a los textos escritos.

Presentación del texto base

La adecuada presentación del texto base facilitará y agilizará la producción de su edición para incluirlo en el sitio digital, y disminuirá el riesgo de cometer errores en cualquiera de las etapas de este proceso.

Archivo: documento de Word (.doc)

Nombre del archivo: el nombre de cada archivo deberá especificar el tema y el subtema tratados, un número asignado que le corresponda según el orden cronológico (conforme se vayan creando y entregando los materiales originales), y por último el apellido del autor. Por ejemplo:

Tema.Subtema.Número.Apellido.doc

Viajes.Patimoniocultural.01.Sierra.doc

Especificaciones del nombre del archivo en las diferentes etapas del proceso: se usarán las señales indicadas para distinguir las diferentes versiones del texto según la etapa del proceso de corrección en la que se encuentren.

Tema.Subtema.Número.Apellido.doc = original

Tema.Subtema.Número.Apellido.CE.doc = corrección de estilo

Tema.Subtema.Número.Apellido.1L = primera lectura

Tema.Subtema.Número.Apellido.2L = segunda lectura

Tema.Subtema.Número.Apellido.Lf = lectura en finas

Las últimas tres lecturas (de primeras pruebas, segundas y finas) se harán sobre la página de los textos programados en HTML.

Formato: Times New Roman, 12 puntos, doble espacio, justificado, en cuartillas de 30 líneas (aproximadamente 1800 caracteres con espacios), tamaño carta

Números de página: en todas, abajo, a la derecha

Idioma: español, no bloquear revisor de ortografía

Título: en negritas y centrado

Nombre del autor: abajo del título, en negritas y alineado a la derecha

Párrafos: iniciarlos con sangrías (tabulaciones), salvo el primero después de título o subtítulo; sin espacio extra entre párrafo y párrafo

Fichas biográficas del autor: al final del texto

Ficha bibliográfica de textos previamente publicados: después de la ficha biográfica

Notas: al final del texto base, con números romanos, numeración continua; formato como el del texto (Times New Roman, 12 puntos, doble espacio, justificado)

Imágenes: resolución mínima de 300 DPI; en formato .jpg o .tiff.

Presentación de los textos complementarios

La presentación de los textos complementarios seguirá las mismas indicaciones dadas para los textos base, salvo en los nombres del archivo. Éstos deberán indicar con qué texto base se asocian, incluyendo el tema, el subtema y el número del texto base al principio de su nombre:

Nombre del archivo:

Tema.Subtema.Número.Actividades.doc

Tema.Subtema.Número.Ejercicios.doc

Tema.Subtema.Número.Complementos.doc

II. Corrección de estilo²

La corrección de estilo implica una lectura del texto cuidadosa, sistemática y crítica, para evaluar su estilo, gramática, ortografía, coherencia y estructura. Su objetivo principal es identificar los errores que demeriten en la calidad o precisión del escrito y corregirlos de manera que modifiquen lo menos posible el sentido o la forma de expresión elegidos por el autor. Cada decisión sobre la corrección de alguno de estos aspectos debe ser el resultado de una reflexión sobre el contenido y la expresividad verbal del texto.

El revisor debe estar pendiente de los siguientes aspectos:

- ✓ cohesión, coherencia, claridad, precisión, uniformidad
- ✓ estructura lógica de la obra (información necesaria y completa, orden adecuado, buena construcción de párrafos, conexión clara entre oraciones, relación coherente entre los títulos y subtítulos y las secciones que encabezan)
- ✓ faltas ortográficas, sintácticas, de puntuación, de concordancia o de coordinación
- ✓ solecismos, cacofonías, palabrería, rebuscamientos, arrebatos líricos o dramatismos
- ✓ uso adecuado del registro del lenguaje según el destinatario (se debe procurar respetar las particularidades del español de México y no neutralizarlas en un español estándar)
- ✓ ortografía y uso correcto de palabras en otras lenguas
- ✓ uniformidad y coherencia en datos citados (bibliográficos o de cualquier tipo)
- ✓ continuidad en la lógica del discurso en el texto y las notas (correspondencia entre las llamadas y las notas)
- ✓ congruencia entre el texto base y los textos complementarios
- ✓ pertinencia de cada texto complementario dentro del plan general de la edición crítica en adaptación digital del texto base

² Para esta sección nos hemos basado en el prontuario del Fondo de Cultura Económica (2001) y en las normas de la Real Academia Española. Algunos ejemplos y explicaciones provienen de ellos.

Ortografía

La revisión de la ortografía de los textos aplicará las reglas ortográficas del español (casi siempre siguiendo a la RAE). Sin embargo, para lograr la uniformidad en los casos de uso dudoso, a continuación se hacen algunas especificaciones al respecto:

En palabras con igual fonética pero distinta grafía. Se preferirán las grafías más acordes con el español de México; así, entre *c* y *z* se optará por la *c* (*zinc/cinc*); entre *s* y *x*, por la *s* (*mistificar/mixtificar*).

Doble vocal. Los términos con doble vocal se simplificarán cuando se pronuncien con una sola vocal: *rescribir*, *reemplazo*, *reembolso*. Sin embargo, se mantendrá la grafía con doble vocal cuando la pronunciación de ésta sea clara en el habla común (*priista*, *reelección*). En palabras compuestas cuyo primer elemento termina con *-o* y el segundo comienza con la misma letra, se simplifica a una sola vocal (*claroscuro*, *centrorienta*, etc.), excepto en palabras compuestas que empiecen con *auto-*, *micro-*, *pro-*, *co-* y *psico-* (*autoobservación*, *microonda*, *prooccidental*, *cooperar*, *psicoorgánico*, etcétera).

Doble consonante. En palabras que inicien *cn-*, *gn-*, *mn-*, *ps* y *pt* se mantiene la doble consonante (*gneoráceo*, *gnomo*, *mnemotecnia*, *psicología*, *pteridofito*); las que tienen *-bs-* y *-st-* en medio se simplifican en *-s-* (*oscuro*, *posrevolucionario*; en este último caso, cuando a la partícula *pos* le sigue una vocal, se agregará la *t*: *postoperatorio*).

Acentuación. Las palabras terminadas en *-iaco*, *-iaca* y *-sfera* no se acentúan (*cardiaco*, *biosfera*), a excepción de *atmósfera*, cuyo uso con acento es generalizado. Por lo demás, algunas otras palabras (por ejemplo, *periodo*) cuya escritura admite dos grafías —con y sin acento—, se escribirán sin él. La palabra *solo* se seguirá acentuando siempre que se pueda sustituir por *solamente*. Los demostrativos *este*, *ese*, *aquel*, más sus femeninos y plurales se seguirán acentuando cuando funcionen como pronombres.

Sintaxis

El corrector debe tratar de mejorar la sintaxis cuando ésta sea ambigua, incoherente, intrincada, imprecisa, redundante o poco clara. Los cambios sintácticos que haga deben evitar la alteración del significado del texto o la pérdida de información, y procurarán respetar el estilo, el tono y la intención del autor; si se trata de la transcripción escrita de un texto oral, se deben respetar los rasgos de oralidad aunque la sintaxis no sea correcta. Especial atención debe prestar a la concordancia en tiempo, género y número entre las cláusulas. No juzgará ninguna frase u oración de forma aislada, sino siempre en relación con su contexto.

Gerundio. Se evitarán los siguientes usos:

1. Cuando el gerundio sustituye un adjetivo o una oración subordinada adjetiva:

- (x) Le envió dos cajas conteniendo libros.
- Ⓜ Le envió dos cajas que contienen libros.
- (x) Ley aumentando todos los sueldos
- Ⓜ Ley que aumenta todos los sueldos

2. En el segundo verbo conjugado, en oraciones coordinadas o subordinadas:

- (x) El 30% de la población se encuentra en la pobreza extrema, destacándose los estados de Guerrero, Oaxaca y Chiapas.
- Ⓜ El 30% de la población se encuentra en la pobreza extrema; se destacan los estados de Guerrero, Oaxaca y Chiapas.

- (x) Se construyó el edificio, ignorándose la reacción que provocaría entre los vecinos.
- Ⓜ Se construyó el edificio, a pesar de que se ignoraba la reacción que provocaría entre los vecinos.

3. Cuando el gerundio expresa una consecuencia:

- (x) Estudió día y noche, convirtiéndose así en el estudiante mejor preparado.
 - Ⓜ Estudió día y noche, con lo que se convirtió en el estudiante mejor preparado.
 - Ⓜ Estudió día y noche, y así se convirtió en el estudiante mejor preparado.
 - Ⓜ Como estudió día y noche, se convirtió en el estudiante mejor preparado.
 - Ⓜ Estudiando día y noche, se convirtió en el estudiante mejor preparado.
-
- (x) Se estrelló el avión, muriendo todos sus pasajeros.
 - Ⓜ Se estrelló el avión y murieron todos sus pasajeros.

Los demás usos del gerundio se deberán analizar cuidadosamente antes de decidir si son correctos (en perífrasis verbal, como adverbio u oración subordinada adverbial, o para expresar simultaneidad inmediata) o hay que corregirlos.

Puntuación

Punto. Los títulos y subtítulos, cuando aparecen aislados, no llevan punto final.

Después de los signos de interrogación o exclamación nunca se debe escribir punto (es incorrecto escribir ?. o !.).

El punto siempre va afuera de las comillas, corchetes o paréntesis de cierre.

Si una oración termina con puntos suspensivos, signos de interrogación o signos de exclamación seguidos de comillas, paréntesis o rayas, es obligatorio poner otro punto afuera de la comilla o el paréntesis de cierre.

Punto y coma. Casi siempre las oraciones antes y después del punto y coma deben ser gramaticalmente completas. Separa oraciones coordinadas que no se han unido antes mediante alguna conjunción:

(x) El proyecto ha sido aprobado; y se realizará el próximo año.

(✓) El proyecto ha sido aprobado; se realizará el próximo año.

En cambio, el punto y coma sí se puede usar antes de conjunciones adversativas:

(✓) Los resultados de ese estudio son novedosos; sin embargo, no pueden ser aplicados.

Coma. Nunca se debe colocar coma entre el sujeto y el predicado.

(x) La casa, mide sólo 60 m².

(x) Construir con este material, tiene muchas ventajas.

(x) El terreno y las viviendas, son inestables.

Se debe evitar el error conocido como “encabalgamiento”: cuando se usa coma entre dos oraciones que no guardan entre sí una relación gramatical (que no se coordinan, que no son seriadas o entre las cuales no existe una relación de subordinación).

(x) Hoy bajó la bolsa de valores, la situación del país está cada día más tensa.

(✓) Hoy bajó la bolsa de valores y la situación del país está cada día más tensa.

(✓) Hoy bajó la bolsa de valores; la situación del país está cada día más tensa.

(✓) Hoy bajó la bolsa de valores. La situación del país está cada día más tensa.

Se usa para evitar ambigüedad:

(x) Construyó una casa de cuatro cuartos con jardín. (cada cuarto tiene jardín)

(✓) Construyó una casa de cuatro cuartos, con jardín. (la casa tiene jardín)

Es necesario distinguir entre las oraciones subordinadas adjetivas especificativas, que restringen el sentido del sustantivo, y las oraciones subordinadas adjetivas explicativas, que agregan información adicional y deben escribirse entre comas:

Las ballenas que son azules nadan en aguas profundas. = especificativa: sólo las azules nadan en aguas profundas

Las ballenas, que son azules, nadan en aguas profundas.= explicativa: todas las ballenas son azules

En una serie o enumeración, se coloca coma antes de la conjunción *y, e, ni, o, u* únicamente cuando el elemento que encabeza expresa un contenido distinto a los anteriores; es decir, que rompe la serie o que enlaza con toda la proposición anterior y no con el último de sus miembros.

Terminó de reunir los documentos, las imágenes y la maqueta, y salió del despacho.

Se escribe coma ante oraciones coordinadas adversativas introducidas por *pero, mas, aunque, sino (que)*; también ante oraciones consecutivas introducidas por *conque, así que, de manera que*, etc. Es conveniente escribir coma delante de *excepto, salvo y menos*.

La palabra *etcétera* (o su abreviatura *etc.*) se separa con comas del resto del enunciado.

Puntos suspensivos. Después de los puntos suspensivos, cuando cierran un enunciado, se escribe mayúscula.

La ciudad tiene muchos problemas... Mejor no pensar en eso.

Cuando los puntos suspensivos no cierran un enunciado y éste continúa tras ellos, se escribe minúscula.

Estoy pensando que... aceptaré.

Tras los puntos suspensivos no se escribe nunca punto. Sin embargo, sí pueden colocarse otros signos de puntuación, como la coma, el punto y coma y los dos puntos.

Comillas. En los textos se utilizarán siempre las comillas inglesas (“ ”). Cuando deban entrecomillarse partes de un texto ya entrecomillado, se usarán las comillas francesas (« »).

En su último libro Juan Escudero escribió: “El gobierno anterior afirmaba: «nosotros le regalamos a la comunidad un millón de casas». Ésa fue una gran mentira”.

Se marcan comillas en los siguientes casos:

- citas o diálogos de cualquier extensión;
- palabras que deben entenderse en sentido figurado o irónico (no usar cursivas);
- palabras o frases empleadas como significado o traducción de otra;
- títulos de artículos, capítulos o partes de una obra (los títulos de los libros, por el contrario, se escriben en cursiva);
- títulos de ciclos de conferencias, congresos, o cualquier otro programa conformado por diversas actividades.

Los signos de puntuación correspondientes al periodo en el que va inserto el texto entre comillas se colocan siempre después de las comillas de cierre:

Sus palabras fueron: “No lo haré”; pero al final nos ayudó.

¿De verdad ha dicho “hasta nunca”?

El texto que va dentro de las comillas tiene una puntuación independiente y lleva sus propios signos ortográficos. Por eso, si el enunciado entre comillas es interrogativo o exclamativo, los signos de interrogación y exclamación se escriben dentro de las comillas:

Le preguntó al conserje: “¿Dónde están los baños?”.

“¡Qué ganas tengo de que lleguen las vacaciones!” exclamó.

De esta regla debe excluirse el punto, que se escribirá detrás de las comillas de cierre cuando el texto entrecomillado ocupe la parte final de un enunciado o de un texto, incluso si delante de las comillas va un signo de cierre de interrogación o de exclamación, o puntos suspensivos:

“No está el horno para bollos”. Con estas palabras zanjó la discusión y se marchó.

“¿A dónde te crees que vas?”. Esa pregunta lo detuvo en seco.

“Si pudiera decirle lo que pienso realmente...”. A Pedro no le resultaba fácil hablar con sinceridad.

Paréntesis. Se usa para encerrar oraciones aclaratorias o precisiones.

Los signos de puntuación que correspondientes a una oración principal que contenga otra entre paréntesis, deben colocarse después del paréntesis de cierre. No deben emplearse signos de puntuación antes de paréntesis, salvo puntos suspensivos o el punto de una abreviatura. Únicamente cuando la oración entre paréntesis sea independiente de la principal, ésta deberá iniciar con mayúscula y terminar con punto fuera del paréntesis:

Nunca se debe comenzar una oración con una frase entre paréntesis. (No obstante, es posible escribir una o varias oraciones enteras entre paréntesis, como ésta).

Corchetes. Se usan en vez de paréntesis cuando éstos van dentro de otros paréntesis.

Los corchetes se utilizan en las citas y transcripciones para encerrar aclaraciones del autor que transcribe o para encerrar los puntos suspensivos que indican omisión de texto del autor transcrito; también para encerrar acotaciones del traductor o editor. En estos últimos casos, los signos de puntuación del texto entre corchetes irán dentro de éstos.

Rayas. Llamamos *raya* (o *raya de M*: —) a lo que comúnmente se denomina *guión largo*, para diferenciarla del *menos* (*raya de N*: -) y del *guión* (-).

Se pueden usar rayas (siempre de apertura y de cierre) para introducir una frase u oración parentética, cuando ésta no se aparta tanto de la oración principal como para usar paréntesis.

Se usa en los diálogos, para distinguir las participaciones cada interlocutor. Las explicaciones del narrador se insertan entre rayas cuando interrumpen el diálogo de un personaje; si aparecen al final de la intervención, se abren con raya y se cierran con punto. El texto entre rayas va unido a éstas, y la puntuación de lo expresado por el personaje va después de la raya de cierre.

Un mismo interlocutor no deberá aparecer hablando dos veces seguidas. Si el texto es muy largo, se usará punto y aparte y se iniciará el siguiente párrafo con las comillas de cierre (”), las cuales indican que continúa el discurso del mismo personaje.

Menos. El signo de *menos* (o *raya de N*: −) se usa en las expresiones matemáticas y para indicar el signo negativo o de menos; también se emplea en las enumeraciones.

Guiónes. El *guión* (-) sirve para unir las partes de términos compuestos y para cortar palabras al final de línea (siguiendo las reglas de separación silábica y no según su raíz etimológica). Asimismo, se coloca entre dos cifras para sustituir la preposición *a*.

Signos de interrogación y exclamación. El signo que abre la pregunta o la exclamación se coloca donde empiezan éstas, aunque el enunciado no comience con este signo (cuando la pregunta o la exclamación no aparece al inicio de la oración, se escribe con minúscula).

Con respecto al impacto ambiental, ¿se han previsto medidas para que su efecto sea menor?

Si ganamos el concurso, ¡qué contento se va a poner el jefe!

Cuando se escriben varias preguntas o exclamaciones seguidas, se pueden considerar independientes, con sus respectivos signos de apertura y cierre, y con mayúscula inicial.

¿Cuáles serán las condiciones de pago? ¿Se especificarán en un documento?

¡El terremoto destruyó gran parte del centro histórico! ¡Sólo quedó en pie la iglesia!

Pero también es posible considerar el conjunto de preguntas o exclamaciones como un único enunciado. En este caso hay que separarlas con comas o con puntos y comas, y sólo la primera se escribe con mayúscula en la palabra inicial.

¿Cuáles serán las condiciones de pago?, ¿se especificarán en un documento?

¡El terremoto destruyó gran parte del centro histórico!; ¡sólo quedó en pie la iglesia!

Siempre deberá verificarse que los signos de puntuación dobles abran y cierren correctamente.

Otras normas de estilo

Abreviaturas. En la medida de lo posible, las abreviaturas deben evitarse. Sin embargo, algunas palabras se deberán abreviar dentro del texto (si terminan el párrafo se escribirán desatadas).

Las abreviaturas de pesos y medidas no llevan punto ni tienen plural: cm, m², km, k, W, etcétera. Entre la cantidad y la abreviatura hay un espacio (30 cm).

Las siglas se escribirán con versalitas y sin punto ni espacio entre letras: ONU, UNESCO, UNAM, etc. Aunque en la lengua oral las siglas tienden a tomar marca del plural, en la escritura son invariables; por eso, cuando se quiere aludir a varios referentes se recomienda introducir la sigla con determinantes que indiquen pluralidad: Representantes de algunas/varias/numerosas ONG se reunieron en Madrid.

Los acrónimos (palabras formadas con una o más letras iniciales de un grupo de vocablos) se escriben con altas y bajas, porque ya son palabras lexicalizadas: Conaculta.

Lista de abreviaturas más comunes:

a.C.	antes de Cristo
art.	artículo
art. cit.	artículo citado
cap.	capítulo
<i>cf.</i>	<i>confer</i> = confróntese, compárese
cit.	citado
coord.	coordinador
ed.	edición
<i>ibid.</i>	<i>ibidem</i> = igual que el anterior. Misma fuente que anterior, página distinta.
<i>idem</i>	<i>idem</i> = lo mismo. Misma fuente que anterior, misma página.
introd.	introducción

lam.	lámina
N. del Ed.	nota del editor
N. del T.	nota del traductor
núm.	número
<i>op. cit.</i>	<i>opere citato</i> = en la obra citada
trad.	traducción
t.	tomo
vol.	volumen

Mayúsculas y minúsculas. Se utilizan mayúsculas en:

- inicio del texto, de párrafo y de oración;
- al inicio de un título y en los nombres propios que éste contenga;
- en letras iniciales de todas las palabras del título de una publicación periódica, congreso, ciclo de conferencias, simposio, jornadas, excepto nexos;
- en letras iniciales de todas las palabras del nombre de una editorial, excepto nexos;
- en letras iniciales de todas las palabras del nombre de un edificio, excepto nexos;
- en letras iniciales de todas las palabras del nombre de una ley, un decreto o una ordenanza, excepto nexos;
- nombres propios, apellidos y apodos (el artículo que muchas veces los acompaña no va con mayúscula);
- nombres geográficos (y en el artículo que los acompaña sólo cuando es parte del nombre);
- nombres de instituciones, entidades, partidos políticos, periódicos, revistas y colecciones;
- en casos diacríticos, como Estado (cuando significa una entidad política), Iglesia (cuando se refiere a la institución), etc.;
- en acontecimientos históricos (si van acompañados de un adjetivo que forma parte

- del propio nombre, éste irá también en mayúscula: la Revolución Francesa, la Revolución Mexicana, Primera Guerra Mundial, República Restaurada);
- en puntos cardinales, constelaciones, estrellas, planetas, astros, signos zodiacales estrictamente considerados como tales;
 - en disciplinas científicas en cuanto tales.
 - Los nombres de los días de la semana, de los meses y de las estaciones del año se escriben con minúscula, excepto cuando forman parte de fechas históricas, festividades o nombres propios;
 - los nombres de cargos o títulos van en minúscula (presidente, jefe de gobierno, arquitecto, licenciado, doctor, rey, don).

En caso de duda, es preferible utilizar minúscula, para evitar el excesivo uso de mayúsculas.

Números y símbolos. Los números del uno al nueve en el texto se escribirán con letra; a partir del 10, con arábigos, salvo que se trate de un texto científico.

Las cantidades con más de tres cifras se separarán con un espacio fino (no con punto ni coma).

Para las cifras de millones se empleará la palabra millones, salvo cuando la cantidad no sea exacta. En cambio, no debe mezclarse *mil* con números expresados en cifras:

(x) 45 mil personas.

En textos literarios y diálogos los números se escribirán con letras.

Salvo que se trate de fórmulas, las fracciones irán en letra.

Los decimales deben escribirse con número y usando punto y no coma. Los que empiecen con punto se escribirán con un cero antes (0.2).

Las fechas se escribirán anotando primero el día, luego el mes y al final el año, sin ninguna puntuación intermedia: 8 de junio de 2012. Se escriben con número los días del mes y los años. Las décadas se escriben con letra y en singular: la década de los ochenta, la década de 1980, los años veinte —sin separar los miles—.

Los porcentajes no deberán llevar artículo y el signo de porcentaje debe ir unido al último

número (50% y no: el 50 %).

Van con números las fracciones de hora, las cuales irán separadas con dos puntos (13:45); también las indicaciones de latitud y longitud; los grados de temperatura; las fórmulas matemáticas.

Una oración o un párrafo nunca deben comenzar con un número; esto se evitará escribiendo la cifra con letras o cambiando la sintaxis del texto.

Las unidades monetarias se escribirán con palabras: *pesos, dólares, euros, libras...*

En símbolos químicos el número que los acompaña va en subíndice: CO₂.

Nombres y palabras en otras lenguas. Los nombres propios de persona o de instituciones se escribirán tal como se usan en su lengua original, respetando su ortografía y sus caracteres especiales.

Los títulos de libros u obras deben citarse en la lengua en que se crearon originalmente, siguiendo las normas de escritura del idioma correspondiente. Irán seguidos de su traducción al español entre corchetes, en caso de que se conozca.

Cuando para un nombre geográfico exista una forma española consagrada por la tradición, se preferirá ésta sobre el nombre extranjero, excepto cuando sea parte del nombre de un título en lengua original. Los neologismos o préstamos de otros idiomas deben sustituirse por sus correspondientes en español.

Notas y llamadas de nota. Las notas deben presentarse juntas al final del documento. La numeración de notas se hará con números arábigos y consecutivos.

Las llamadas de nota dentro del texto siempre se colocarán después de los signos de puntuación, unidos a éstos, o a la palabra a la que siguen cuando no aparecen dichos signos, y a manera de exponente.

Rafael Lapesa señalaba que “es muy discutido el posible influjo de las lenguas indígenas en la pronunciación del español de América”.¹

¹ *Historia de la lengua española*, p. 545.

Si la nota sólo hace referencia a la última palabra del texto entrecomillado, la llamada debe

colocarse delante de las comillas de cierre:

Rodolfo Lenz llegó a afirmar que “el habla vulgar de Chile era «principalmente español con sonidos araucanos¹”.

¹ El *araucano* o *mapuche* es la lengua que hablaban los naturales de la antigua región de Arauco, en la zona central de Chile.

Cuando se trata de una nota del editor o del traductor, la indicación respectiva se pone entre corchetes, antes del punto final: [N. del Ed.], [N. del T.]. Las notas que corresponden al autor no requieren esta indicación.

Notas bibliográficas. Los datos que presentan las referencias o notas bibliográficas deben ir separados por coma, y deben seguir el orden especificado en los siguientes modelos:

Publicaciones periódicas (se publican con periodicidad: diarios, revistas, boletines...)

Nombre y Apellido del autor, “Título del artículo”, *Título de la publicación*, fecha, número, página(s) a que se hace referencia.

Publicación no periódica (se publican por separado: libros, informes, folletos, monografías, manuales, medios audiovisuales...):

Nombre y apellido del autor, *título*, editorial, lugar, año, página(s) a que se hace referencia.

Parte de publicación no periódica (parte o capítulo de un libro):

Nombre y apellido del autor, «título de la parte del trabajo», en *título*, editorial, lugar, año, página(s) a que se hace referencia.

Publicación electrónica periódica:

Nombre y apellido del autor, «título del artículo», *título de la publicación*, fecha, número, página(s) a que se hace referencia, <http://www.nombrede-lapágina.com>.

Documento electrónico:

Nombre y apellido del autor, *título*, año, <http://www.nombrede-lapágina.com>.

Citas y transcripciones. Las citas que no excedan las cinco líneas van entre comillas, dentro del mismo texto. En cambio, las transcripciones (citas más largas) deberán ir a bando, es decir, separadas del texto, con sangría en todas las líneas, con un espacio antes y después del bloque.

Si el autor omite parte del texto citado, se señalará con puntos suspensivos entre corchetes [...].

Indicaciones especiales³

(v)	(x)	(v)	(x)
asimismo	así mismo		
ciudad de México	Ciudad de México		
ciudad de México	DF (cuando el contexto permite sustituirlo; no en caso de que se hable en el artículo de instancias gubernamentales)		
DF	D.F.		
estadunidense	estadounidense		
Estados Unidos	USA / EE. UU. / EUA / EU		
internet	Internet		
América Latina	Latinoamérica / Latino América		
Metro (si se refiere al sistema de transporte)	metro		
supervivencia	sobrevivencia		
Tenochtitlán	Tenochtitlan		

³ Esta lista de indicaciones especiales se irá enriqueciendo conforme se vayan tomando otras decisiones sobre términos problemáticos.

iii. Marcado

El marcado especifica los usos tipográficos especiales cuando éstos sean necesarios. En *Habla México* deben seguir las siguientes normas:

Versalitas. Van en versalitas los números romanos de siglos, milenios, dinastías, volúmenes, tomos, referencias a ilustraciones o gráficos, etc. También las siglas (los acrónimos van en altas y bajas). Asimismo, se escriben en versalitas los nombres de autores en epígrafes.

Cursivas. Se utilizarán en los siguientes casos:

- título de cualquier obra editada (excepto la Biblia, sus libros y otros libros sagrados);
- nombres de programas de radio y televisión;
- nombres de películas;
- nombres de obra dancística, coreografías, canciones o temas musicales;
- nombres de obra plástica, exposiciones, series gráficas;
- nombres de suplementos de periódicos
- nombres propios de vehículos
- para destacar palabras o frases (tratar de evitar);
- palabras extranjeras;
- los nombres latinos (que se acentuarán según las reglas de acentuación del español);
- palabras o términos de los cuales se especificará su concepto, su uso o alguna otra característica;
- palabras mal escritas o localismos;
- los incisos dentro del texto: *1), 2); a), b)*, etc.;
- los signos de puntuación que acompañan a términos en cursivas, cuando sea pertinente.

Negritas. Únicamente irán en negritas los títulos 1, 2, 3 y 4; así como los pies de foto o leyendas (palabras explicativas de una imagen) cuando éstas aparecen aisladas (véase jerarquía tipográfica).

Enumeraciones o incisos. Sólo cuando los incisos son largos, se separan del texto. Cada inciso debe terminar en punto y coma, salvo el último, que debe llevar punto; en caso de que el texto sea muy largo, cada inciso debe terminar en punto. En cambio, si los incisos son cortos, se dejan dentro del texto, con los números y los paréntesis en cursivas, y con la puntuación que se crea conveniente.

La distinción entre cada inciso se hará de acuerdo con la siguiente jerarquía:

1. Número arábigo, seguido de punto;
 - a) letra minúscula, seguida de paréntesis; y
 - raya de N.

IV. Corrección Tipográfica

Después de la corrección de estilo y del marcado del texto, éste se compone tipográficamente, según el diseño general de la edición, que deberá buscar la armonía entre todos los elementos que la componen, incluyendo los que no son escritos, como imágenes, gráficas, videos, etc. Una vez lista la composición tipográfica, seguirá la corrección de pruebas. Esta etapa de la corrección se encarga principalmente de advertir y arreglar fallas ortotipográficas y tipográficas en la composición del texto, cuidando que todas las normas estilísticas y tipográficas de *Habla México* se hayan respetado y aplicado con uniformidad. Además, comprueba que todas las correcciones marcadas en pasos anteriores efectivamente se hayan incorporado de forma correcta. De ser necesario, incluso se pueden llegar a hacer también en esta etapa correcciones de estilo en errores que no se hayan atendido previamente o que hayan sido causados por los desajustes que se producen en el proceso de corrección.

La corrección de pruebas debe hacerse cotejándolas lenta y atentamente contra el texto original, para verificar su correcta escritura y composición, o para encontrar saltos, omisiones o cambios de palabras.

Las llamadas y correcciones deben ser claras y se deben colocar en el lugar adecuado, indicando en los márgenes las correcciones correspondientes a cada mitad de la página, izquierda o derecha, según el lugar de la línea donde se halle la errata. Se deben usar las llamadas distintas para cada corrección.

Lectura de primeras pruebas

Una vez terminado el cotejo, la primera lectura incluye los siguientes pasos:

- encontrar errores tipográficos y erratas;
- revisar que la foliación (cuando exista) sea continua y esté completa;
- verificar la uniformidad de la caja tipográfica;*
- comprobar que todos los párrafos estén justificados, con sangría (salvo los que vayan

después de título o subtítulo) y sin blanco entre uno y otro;

- verificar que en todo el texto se utilice el tipo y cuerpo de la letra (incluyendo su interlínea) correctos;*
- cuidar que el interlineado sea uniforme, evitando un tipo condensado o expandido;*
- cuidar el uso de espacios entre las cabezas y los textos que les anteceden o preceden;
- cuidar el uso de espacios finos en cifras y de espacios normales entre la nota y el texto de la nota;
- corregir colas, viudas, huérfanas, líneas abiertas o cerradas, callejones, ríos... aumentando el texto o bien abriéndolo o cerrándolo ligeramente (hay que verificar que los cambios no produzcan nuevos errores); *
- comprobar el uso correcto de los signos de puntuación;
- verificar la correspondencia entre las llamadas a nota y las notas.

Los puntos que aparecen marcados con asterisco indican que estas funciones de la lectura de pruebas podrían llegar a ser diferentes o innecesarias en los contenidos de *Habla México*, puesto que las nuevas tecnologías permiten que la composición del texto cambie dependiendo del soporte en el que éste es consultado, o bien, dependiendo de las preferencias personales de cada usuario. Tan sólo un cambio en el tipo de letra o en los márgenes del texto podrá producir todo tipo de desajustes que no será posible controlar.

Lectura de segundas pruebas

Aquí el corrector deberá atender a los mismos aspectos señalados para las primeras pruebas, y cuidará que las correcciones marcadas en las lecturas previas efectivamente se hayan incorporado todas correctamente. Especial atención deberá prestar a la ubicación, correspondencia y presentación de todos los elementos que conforman una obra, incluyendo los espacios.

Lectura de finas

Idealmente, ésta será la última lectura en el proceso de corrección, si bien todavía es necesario hacer la corrección de pre prensa, la corrección de capillas (pliegos encuadernados) y la corrección de imprenta. El objetivo principal de la lectura de finas es también el de detectar erratas o fallas en la composición del texto. Por ello, debe realizarse con sumo cuidado. El lector de finas deberá comprobar que todas las especificaciones antes señaladas en este manual de estilo se hayan aplicado correcta y uniformemente. Será él también quien haga una revisión final de la integridad, el orden y la armonía de la obra.

v. Marcaje para la versión digital

Una vez obtenida la última versión corregida del texto base —es decir, la versión definitiva— se procederá primero a determinar y luego a marcar todos los vínculos que relacionarán al texto base con los textos complementarios que lo acompañarán (vínculos internos), o con otro tipo de enlaces que llevarán al lector fuera de nuestro sitio de internet (vínculos externos).

vi. Las actualizaciones al texto

Los contenidos que *Habla México* ofrece se caracterizan, entre otros rasgos, por la posibilidad que existe de actualizarlos (y comentarlos, anotarlos, revisarlos, ampliarlos o modificarlos) después de que hayan sido dadas a conocer al público general. Esto aminora en mucho los efectos negativos que cualquier errata o falla en el texto pudiera llegar a tener, pues siempre existirá la posibilidad de corregirlas una vez detectadas.

En términos generales, las actualizaciones podrán provenir de dos fuentes distintas. Por un lado, estarán las actualizaciones a cargo de uno o varios especialistas colaborando en el proyecto; cualquier nueva aportación de esta naturaleza pasará por el mismo proceso de corrección por el que un texto inédito pasaría, como aquí se ha descrito. Por otro lado, las actualizaciones también podrán

ser propuestas por los propios lectores, en cuyo caso, antes de ser incorporados a nuestra edición, serán previamente valoradas por un comité designado. Si son los lectores mismos los que comentan la obra, se procurará no modificar los textos que ellos manden a nuestra editorial, salvo cuando presenten errores muy graves, con la intención de permitir que sus diferentes voces “se escuchen” sin mediación alguna (hay que recordar que las decisiones de estilo o gramaticales que cada emisor toma reflejan mucho sobre su pensamiento, su procedencia, su formación, sus hábitos, etcétera).

