



Casa abierta al tiempo

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

MDPE
MAestrÍA EN DISEÑO
Y PRODUCCIÓN EDITORIAL

LA IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SU USO EN EL ÁMBITO EDITORIAL: UNA PROPUESTA DE ACCIÓN

Idónea Comunicación de Resultados que presenta el alumno

ALEJANDRO PORTILLA DE BUEN

para optar por el grado de Maestro
en Diseño y Producción Editorial

- Tutor: Gerardo Kloss Fernández del Castillo •
- Lectores: Mónica Catalina Durán McKinster • Carlos Anaya Rosique •

**LA IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SU USO
EN EL ÁMBITO EDITORIAL: UNA PROPUESTA DE ACCIÓN**

Idónea Comunicación de Resultados que presenta el alumno

ALEJANDRO PORTILLA DE BUEN

para optar por el grado de Maestro (a) en Diseño y Producción Editorial

Tutor: Gerardo Kloss Fernández del Castillo

Lector 1: Mónica Catalina Durán McKinster

Lector 2: Carlos Anaya Rosique

Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco

División de Ciencias y Artes para el Diseño

Maestría en Diseño y Producción Editorial

Primera edición, 2015

Esta publicación puede ser reproducida, registrada o transmitida por un sistema de recuperación de información, por cualquier medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo, por escrito del editores. Se permite la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio sin el conocimiento escrito del titular de los derechos.

Impreso en Méxicio / Printed in Mexico

LA IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SU USO EN EL ÁMBITO EDITORIAL:

UNA PROPUESTA DE ACCIÓN



Casa abierta al tiempo

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

MDPE
MAestrÍA EN DISEÑO
Y PRODUCCIÓN EDITORIAL

Agradecimientos:

Quiero agradecer a mis compañeros de la maestría.

A mi tutor y lectores que me animaron a acabar la tesis en tiempo y forma.

A Sol Levín y Olga Correa por haber sido cómplices en la edición de éste material.

A mi esposa Leona, y a mis hijos León, Adrián y Andoni, que siempre me han apoyado.

Contenido

Introducción	7
Justificación teórica	9
La importancia del análisis de la imagen y su uso en el ámbito editorial	9
Retórica visual	15
Figuras retóricas visuales	16
Sinécdoque visual	17
Metáfora	18
Metonimia	18
Antítesis	20
Símil	20
Analogía	20
Hipérbole	22
Alegoría	22
Prosopopeya	22
Aliteración	24
El trabajo editorial de la literatura infantil y juvenil (LIJ), su vinculación con la librería digital y el fomento de una biblioteca familiar	26
Claro que sí	31
Objetivo general	31
Visión	31
Misión	31
Metas	32
A corto plazo	32
A mediano plazo	32
A largo plazo	32
Estructura de trabajo	33

Comercialización del proyecto	33
Público meta	34
Instrumentos de seguimiento	35
Claro que Sí va a trabajar en distintos proyectos	36
Servicios editoriales	36
Casa del Ilustrador	37
Un catálogo editorial propio	37
Libro infantil y juvenil	37
Libros de ilustrador - Diarios gráficos	39
Libros en serigrafía	41
Revista <i>Claro que Leo</i>	41
Librería digital de literatura infantil y juvenil	42
Profesionalización por medio de talleres, cursos y festivales para ilustradores y profesionales del ámbito editorial.	42
El Pequeño Museo	42
Ejes rectores	44
Librería digital de la literatura infantil y juvenil (LIJ)	46
Por que es importante la lectura	54
Aspectos legales del proyecto Claro que Sí	56
Diseño y producción	58
Logo	58
Se diseñó la imagen de la empresa así como el uso de colores en diferentes ejes	58
Uso de imagen en tarjetas	59
Uso de imagen en papelería	60
Diseño web	61
Estructura y diseño de la revista <i>Claro que Leo</i>	63
Conclusiones	64
Anexos	65
Bibliografía	66

Introducción

Mi interés por la imagen comenzó cuando estudiaba fotografía, recién abandonada la licenciatura de matemáticas, las cuales siempre me parecieron muy gráficas, no sólo por su parte geométrica y gráfica *per se* sino también por la estructura abstracta y visual requerida para entenderlas.

Cuando hacía trabajo fotográfico siempre quería componerlo y utilizarlo como un medio de comunicación; fue así como decidí estudiar la licenciatura de Diseño de la Comunicación Gráfica en la UAM-X. Mi postura fue siempre la defensa del diseño desde el análisis de la imagen, ya que carecía de habilidad manual para el dibujo, por ello centré mi formación en el estudio de la imagen y su uso en la comunicación gráfica; durante ese lapso me interesé por el libro como objeto y comencé a especializarme en el área editorial. El primer empleo que tuve en nuestro campo fue para realizar los reportes gráficos sobre la Ciudad de México, después de los sismos de 1985. El gran reto fue que semanalmente se tenían que hacer un gran número de mapas y gráficas que por medio de colores permitieran visualizar el avance de la reconstrucción en la ciudad.

Luego tuve la fortuna de trabajar con Carlos Palleiro haciendo materiales para el proyecto de Libros del Rincón de la Secretaría de Educación Pública (SEP), ese fue mi primer acercamiento al uso de la imagen en el ámbito editorial, ya que ésta cobraba gran relevancia en relación con los temas a tratar en cada libro.

A partir de ese momento, y con el trabajo posterior en el área editorial de la SEP con los libros de texto y bibliotecas para las aulas y escuelas, percibí que existen dos realidades muy distintas.

La primera en el libro de texto, material en que la mayoría de las veces la imagen repetía el discurso textual sin proponer nada al lector. Comencé entonces a plantearme un trabajo distinto y proponer que la ico-

nografía propusiera otras miradas al mismo texto, complementando el conocimiento buscado.

La segunda revisando las propuestas editoriales para las Bibliotecas de Aula y Escolares, en las que pude conocer una gran variedad de propuestas editoriales; dependiendo de la clasificación de los libros, la diversidad gráfica y visual ofrecía ejemplos en donde la imagen ganaba en algunos casos una gran relevancia, pero otras veces simple y sencillamente era puro adorno.

Una imagen facilita el aprendizaje, también puede crear interrogantes en el momento en que se percibe porque en medio de ese proceso pueden surgir muchas interpretaciones, por eso se debería empezar a interactuar con las imágenes desde temprana edad para que ante cada una de ellas el lector desarrolle su sentido creativo e imaginario, puesto que cada imagen presenta una estructura perceptiva sobre la cual se puede relacionar varios elementos visuales entre sí de manera abstracta.

La educación formal debería orientar a la sociedad sobre el uso adecuado de las imágenes, darles el valor necesario y hacer claro que una imagen también se puede leer y que sirve para despertar el sentido de la imaginación desde muy temprana edad.

A lo largo del proceso de elaborar los conceptos citados sobre la imagen y su importancia, me formé también en la transición de lo analógico a lo digital y del trabajo manual al uso de la computadora. Hay que tener en cuenta que las nuevas tecnologías y los medios de comunicación se sustentan cada vez más en imágenes, donde la comunicación, no sólo la comercial sino también la cultural, se realiza por este medio.

Fue así como decidí presentar, como trabajo final de la Maestría en Diseño y Producción Editorial, una reflexión en el uso de la imagen en el ámbito editorial, aportando una propuesta de trabajo concreta para el desarrollo de proyectos que tengan a la imagen como parte fundamental y provoquen al lector para analizar la imagen y poder visualizar los distintos discursos contenidos en aquellos.

En consecuencia, este trabajo se inicia con un sustento teórico que define la importancia de la imagen y el desarrollo de una empresa que estará destinada a sustentar los procesos de educación visual para que la alfabetización del los lectores sobre las imágenes encuentre cauce en productos editoriales impresos y digitales, así como en otra clase de productos y servicios asociados a ellos, tales como una librería virtual, productos de *merchandising* que apoyen la compra y uso de libros con imágenes, sistemas de apoyo a ilustradores, y otras estrategias que se detallarán en el capítulo correspondiente.

Justificación teórica

La importancia del análisis de la imagen y su uso en el ámbito editorial

La principal entre las razones que me movieron a desarrollar el presente proyecto es poner en primer término la importancia del análisis de la imagen y de su uso en el ámbito editorial.

ToDa imagen dentro de un texto contiene una carga semántica, significativa por sí misma y que revela un discurso paralelo al texto mismo. De ahí la importancia del trabajo iconográfico en los procesos editoriales, en tanto búsqueda de contenidos discursivos visuales en sí mismos y no sólo como apoyo del discurso textual. En general, suele darse por hecho que la imagen representa un papel importante en el trabajo editorial cuando éste lo requiere, principalmente respecto de su función en la composición y diagramación del texto, pero poco se ha discutido sobre la importancia del contenido —o carga de significado— de la imagen respecto del texto porque da por sentada su relación de subordinación a éste.

A continuación haré una aproximación al análisis del lenguaje visual en el ámbito editorial, a partir de las herramientas propuestas por la retórica visual.

La educación tradicional ha privilegiado durante mucho tiempo el texto escrito como único vehículo para transportar contenidos al lector. Sin embargo, una realidad ineludible —más aún en los tiempos actuales en que prevalecen cada vez más las tecnologías de la información y la comunicación (en adelante, TIC)— es la independencia que la imagen llega a asumir en ocasiones y la relevancia que adquiere en el proceso de creación, expansión y transmisión de los contenidos.

La presencia de la imagen en nuestra cultura es tan intensa y permea todos los ámbitos de nuestra vida cotidiana que se ha llega a catalogar a la nuestra como la “civilización de la imagen”, al extremo de extender la noción a expresiones como “el aire que respiramos se compone de oxígeno, hidrógeno e imágenes”.

Ante este panorama resulta cada vez más urgente dotar a la educación de las herramientas y los esquemas de análisis para llevarla hacia una educación visual, indispensable en la actualidad para formar individuos capaces de ejercitar sus responsabilidades y derechos. Una educación visual implica conformar un cúmulo de imágenes o referentes, así como los códigos para decodificarlas, que brindan un conocimiento global de la realidad. Cuando el capital visual así construido es pobre, ciertamente se tendrán referentes cortos de la realidad, lo cual conducirá a que el poseedor de dicho capital escaso llegue a conclusiones simples sobre lo que nos rodea. En cambio, una amplia cultura visual extenderá nuestro catálogo de referentes y nos inducirá a comparar la información así obtenida, con posibilidad de cuestionarnos las distintas realidades que nos rodean, convirtiéndonos en promotores de una sociedad más autocrítica y reflexiva.

En este sentido la reflexión sobre las imágenes cobra especial relevancia. Un punto de partida para esta reflexión lo conforma el hecho de que la construcción de la realidad está siempre influida por nuestra percepción subjetiva, por eso las imágenes, en tanto creación, obra producida por un sujeto, no son neutras, pues están mediatizadas por él. Como se trata de creaciones permeadas por la subjetividad, a través de las imágenes emerge un mundo que en ocasiones es tan poderoso que llega a adquirir una importancia es incluso mayor que su referente real, que el texto al que acompaña o que la idea de comunicación a la que ilustra.

Pero la subjetividad tiene un doble papel en la imagen: el de la creación, por una parte, y el de la decodificación o interpretación, por otra. Así, se requiere del lector un ejercicio mental para extraer el significado de cada elemento, para luego reunirlo en un material que tenga sentido y coherencia. Una imagen puede tener varias lecturas, tantas como el receptor le pueda dar, conforme sus referentes y capital visual con el que esté provisto. De ahí la importancia de aprender a analizarlas, de contar con el entrenamiento para encontrar el significado propio que se le da dependiendo del conocimiento y la opinión sobre la realidad en la que vivimos.

Una parte de la información que obtenemos por medio de las imágenes no pasa por el filtro de nuestra conciencia, se asimila sin más, incluso

se asume como fiel reflejo de su referente. Allí radica la importancia de que las ideas reflejadas en las imágenes y en otro tipo de soportes físicos pasen por el cedazo de la interpretación y no sean aceptadas sin un entendimiento previo. La admisión no reflexiva y sistemática de pensamientos reproduce estereotipos sin cuestionar su validez o sus posibilidades de cambio.

Así como pensamos siempre en los conocimientos previos del lector cuando tratamos o analizamos los textos, en el mundo de las imágenes podemos hablar de la intertextualidad visual. A partir de una sola imagen es posible detectar los componentes que conforman el contexto político, social y cultural en el momento en que se realizó.

Con suerte, ciertos libros llegan a provocar incomodidad, inquietud por su manejo o por la forma en que presentan la realidad; sin embargo en general estamos tan acostumbrados a oír y ver esas imágenes en la televisión o en la calle que, en esos medios, no nos sorprenden. Tal vez tengamos la idea de que en el libro tales imágenes son testigos que perdurarán, pero no son ajenos a las realidades. Por eso se dice que los libros tienen un espíritu crítico al presentar los temas de nuestro tiempo con claridad, temas que deben ser presentados con seriedad y con la profundidad necesaria.

Del mismo modo que la iconografía está presente en todos los ámbitos del mundo social y cultural, los libros también están colmados de imágenes: dibujos, esquemas, gráficas, diagramas, mapas, fotografías, fórmulas, en definitiva, imágenes de todo tipo. Y dado que aprender a ver es un proceso que se desarrollará de forma lenta y sistemática, para convertirse en un proceso rápido y automático, conviene distinguir los diversos niveles del uso de la imagen en el libro, así como su interrelación intrínseca con el texto. Tal distinción de la relación del texto e imagen en el ámbito editorial se puede hacer en dos niveles paralelos: en la secuencia de la imagen y su acomodo o distribución a través del libro, y en la relación uno a uno de cada imagen en correspondencia con el texto.

Esta forma de convivencia de tales elementos en los libros también se puede entender como un mecanismo de organización del lenguaje visual de los elementos representados, ordenando el contenido del mensaje. Ya en ese orden también se pueden distinguir dos niveles. En primer lugar, vale señalar a los libros compuestos de texto puro, en los que no hay representación visual como tal. En este tipo de material el editor decide que sólo con el texto el lector tendrá los elementos para crear su propia imagen de las situaciones y cosas, esto implica que en realidad existe la imagen pero no está explícita,

sino que debe ser construida individualmente por cada lector, a partir de su cultura visual y de sus propios referentes. La riqueza de la imagen construida tendrá que ver y estará conformada por los referentes que cada individuo tiene de lo que se imagina.

Un segundo nivel de convivencia los conforman los libros en que el editor opta por la inclusión de la imagen, y aquí conviene distinguir varios planos:

- Un discurso visual paralelo al texto en forma de encarte, el cual en ocasiones se imprime en otro tipo de papel distinto al del cuerpo de texto.
- Un discurso visual paralelo al texto distribuido a lo largo del libro.
- La incorporación de imagen con un fin decorativo sin una intención o carga discursiva intencional.
- La imagen en una relación “uno a uno” con el texto, es decir, se trata de una repetición o duplicación de los contenidos en la imagen que no aportan nada. Ilustra de manera repetitiva lo que dice el texto por sí solo; a veces logra dar veracidad a lo que está escrito.
- La imagen complementaria que, sin decir explícitamente lo mismo, complementa la idea del texto.
- La imagen como detonante, aquella que aporta cosas que no trata el texto, pero que con su sola presencia logra comunicar una idea.
- El discurso visual de la imagen que en relación con el texto lleva una idea paralela que, sin decir necesariamente lo mismo, establece una relación de complementariedad con el discurso general (un buen ejemplo de este plano es el libro álbum).
- El discurso visual es predominante, ya sea temático o no, pero supedita al texto a un nivel complementario de la imagen, queda prácticamente como pies de imagen.
- Un discurso visual puro, autosuficiente, en el que no se requiere un soporte textual pues la imagen se sostiene por sí sola.

Ya se preguntaba Barthes, en el ensayo pionero de la retórica visual, si la imagen duplica ciertas informaciones del texto por un fenómeno de redundancia, o bien es el texto el que agrega una información inédita (Barthes, 1970), pero por tratarse de dos códigos diferentes, el texto escrito y la imagen no pueden o no deben ser equivalentes, es decir, no pueden contar exactamente lo mismo —establecer una relación de duplicidad— pues cada código tiene sus formas de contar. Sin embargo, llega a ocurrir que ambos có-

digos en combinación se perciban como redundantes. Un proyecto editorial basado en una concepción y planeación iconográfica comprometida con los distintos niveles de interpretación visual, y con sustento en una composición afortunada, es aquel en el que texto e imagen se reparten la tarea de contar y se mantienen a salvo de los peligros de la redundancia. Al presentarse junto al texto, la imagen no sólo proporciona elementos de la historia a la narración sino también incide sobre los elementos discursivos de la narración. Una de las funciones discursivas de la imagen es unirse al texto para crear el ritmo de la narración.

El discurso verbal, a modo de diálogo, conforma fuertes lazos narrativos. En ningún caso la imagen debe jugar un papel secundario, pues tiene aires de independencia del texto escrito, y es primordial en la construcción de la historia. Casi siempre nos regimos por las leyes convencionales de un libro, donde la ilustración a veces recrea, otra sugiere, otras apoya y hasta llegar a adornar.

En la medida en que el uso de representaciones gráficas es un complemento para la construcción de mensajes, es preciso que los lectores cuenten con las herramientas, las llaves de los códigos, para captar los mensajes visuales de una representación gráfica y aterrizar en su interpretación, esto es, que estén capacitados y sensibilizados para decodificar la información contenida en las imágenes. Desde esta perspectiva podemos afirmar que las ilustraciones plasmadas en los libros para chicos suponen la capacitación de los alumnos para establecer relaciones entre el contenido y su expresión, y presuponen una competencia textual del lector, por ejemplo en el dominio de las reglas de uso que rigen los mensajes visuales. Esto es, estamos frente a la necesidad de desarrollar una alfabetización visual cada vez más imperiosa si se considera la importancia que tiene este código en nuestra cultura. Cuando observamos una ilustración estamos ante un texto visual, cuyo significado está marcado por la cultura y el contexto en los cuales es producida, y transmite un mensaje que debemos saber interpretar para comprender el uso y función que la imagen cumple en un determinado contexto.

En los libros ilustrados el ilustrador —parte indisoluble en el binomio ilustrador-autor visual / escritor-autor textual— se da a la tarea de crear un libro capaz de contar una historia con recursos diferentes a los convencionales. Así, como un acto de creación, la imagen es el resultado de una serie de decisiones efectuadas por su creador, que al discriminar entre unos signos respecto de otros, configura un mensaje determinado, un discurso visual.

En esta creación de significados están implícitas las asociaciones subjetivas, sociales y culturales que podemos hacer de acuerdo con el contexto en el que nos encontramos, da lugar a un plano más profundo de significación.

Retórica visual

Planteada la complejidad de la elaboración del discurso visual, y su consecuente decodificación o restitución de significado por el espectador o lector, surge la necesidad de contar con un aparato que sistematice su análisis.

Al entender el discurso visual como un ente de contenido con un fin comunicativo, resulta natural entonces su relación con la retórica: “La retórica de la comunicación visual permite manejar técnicas de la persuasión en el campo gráfico; desde la perspectiva del diseño consiste en una serie de herramientas que facilitan al comunicador visual encontrar aquel metalenguaje adecuado para definir el mensaje” (Luvaro, 2007).

Un sentido más contemporáneo de la retórica, más allá del persuasivo, es el de “potenciar el mensaje, abrirlo a múltiples significados y sugerencias. Hace prevalecer relaciones inesperadas entre los signos, el uso selectivo de los mismos y el empleo de algunos recursos de la lengua literaria” (Luvaro, 2007). Estos recursos son las llamadas figuras retóricas que suponen dos tipos de lenguaje, inseparables —como caras de una moneda—, el propio y el figurado. El sentido figurado alude a que una representación llana, directa, ha sido expresada mediante una construcción más elaborada con el objeto de potenciar y explotar otros componentes comunicativos, en este caso, de la imagen.

Si se toma en préstamo la doble naturaleza del signo —su forma y su significado— para transportarlo como categoría de análisis al discurso visual, se puede aterrizar entonces en dos tipos de figuras retóricas, ya que cada figura puede operar por medio de la forma del signo o por medio de los significados.

Si se toma en consideración la forma, se está manejando la dimensión sintáctica; si se atiende a los significados, se maneja la dimensión semán-

tica. De todas maneras, en ambos casos existe comunión entre formas y significados, ya que las estructuras siempre inducen una significación. Forma y significado entran en permanente juego interactivo y en el caso de las figuras se da una constante jerarquización de uno sobre otro. El ser psíquico se enriquece con este doble mensaje ya que tiene capacidad para esta doble decodificación (Luvaro, 2007).

En estricto sentido, la forma reviste un carácter denotativo que, en la imagen, se refiere al vínculo que une al signo icónico con un referente. Es la relación que se establece entre un signo lingüístico (la palabra) y su referente, es decir, lo que designa. Por ejemplo, si consultamos en el diccionario el significado de *sol*, leeremos: *astro central de nuestro sistema solar*.

En el plano del significado, opera la connotación pues sobrepasa el marco estricto de la imagen, de la forma, para atribuirle un significado en el orden de los códigos culturales. Connotar significa decir algo con un significado añadido, que no corresponde a las notas conceptuales de la palabra. Por ejemplo: la palabra *sol* significa, como ya hemos visto, astro central alrededor de la cual giran los planetas del sistema solar. Pero si me refiero a alguien con afecto, como que *es un sol*, estoy añadiendo algo a su significado denotativo. Ese significado es connotativo. Es importante tener presente el plano de la connotación para comprender la intención que persigue la composición de una imagen.

Figuras retóricas visuales

El propósito de las imágenes en el discurso editorial es codificar un mensaje, para lo cual recurre a la condensación de sus funciones denotativa y connotativa para transmitir de manera más efectiva un mensaje —o los mensajes que la facultad interpretativa del lector permita—, reduciéndolo a conceptos simples o sintéticos representados en signos visuales, que luego serán decodificados, descondensados por el observador.

Las figuras retóricas, en este sentido, contraen la carga de contenido para vaciarlo en un discurso textual o visual que, al ser descomprimido, expandido, aporta necesariamente un valor agregado al capital visual y semántico de quien las decodifica, pues operan sobre el mensaje abriendo y multiplicando los sentidos de la obra. Así, podemos afirmar que el trabajo editorial es comprimir el conocimiento en un soporte determinado y el lector,

por su parte, es el encargado de descomprimirlo y crear su propia referencia sobre lo propuesto.

La clasificación taxonómica de las figuras retóricas se enfoca desde distintos ángulos. Para María Acaso (2009), en términos generales, la mayoría de las figuras funcionan en el campo de la sustitución de un significado por otro, y en ella operan la metáfora, la alegoría, la metonimia y el calambur; en el de la comparación de contenidos semánticos semejantes o equiparables (la oposición, el paralelismo y la gradación); en el de la adjunción, o adición de significados (repetición, hipérbole, préstamo); y, finalmente, en el de la supresión u omisión (la elipsis).

Sinécdoco visual

Se trata de una sustitución del concepto evocado o representado por una imagen con la que tiene una conexión inherente, una vinculación intrínseca con lo evocado. La mecánica de esta figura es sustituir el todo por una parte o viceversa, por ejemplo, París por la torre Eiffel o el Big Ben por Londres. Es un recurso visual que funciona muy bien cuando lo que se quiere representar es reconocido de forma universal.

Lección 23 Proyecto final

En este proyecto integrarán algunos temas que aprendieron durante el ciclo escolar. Aquí les presentamos una sugerencia, pero ustedes tendrán la oportunidad de realizar sus propias ideas. Con sus cuerpos ¡podrían hacer una gran pintura musical! Extiendan en el suelo las sábanas o los papeles, fíjenlos bien al piso con cinta adhesiva, botes o piedras.

74



Pónganse la ropa que trajeron para la actividad. Preparen la pintura y cada uno de ustedes embriensela por el cuerpo. Es importante que no se manchen ni el cabello ni la cara para que la pintura no entre en sus ojos. Escuchen la música. Cuando identifiquen sonidos cortos, pinten con sus manos y pies en la sábana. Cuando oigan sonidos largos, rueden con el cuerpo para crear manchas grandes y extensas.



75

Utilicen un color diferente para cada instrumento que vayan escuchando.

Traten de no chocar entre ustedes y no dejen un solo espacio sin pintar.

Al terminar, comenten:
¿Qué niveles corporales utilizaron en esta actividad?
¿Cuál fue su experiencia al utilizar su cuerpo como pinceles?

Ahora, pónganle un título a su pintura y colóquela en el patio de la escuela o en algún muro donde todos puedan apreciarla.

Hoy en día es bastante común que los artistas trabajen en equipo y que utilicen los materiales y recursos que hay en el lugar donde viven.

Educación artística. Primer grado, SEP, 2011

Metáfora

Basada en la analogía entre lo que se ve y lo que se intenta significar. La metáfora es una de las figuras más potentes en el campo visual y se utiliza extensamente. La metáfora visual implica una sustitución o remplazo de un contenido visual por otro, transportando el significado de una imagen a otra mediante la comparación. A diferencia de la sinécdoque visual las imágenes que se comparan en las metáforas visuales no tienen por qué tener una relación estrecha entre sí aunque sí guarden una semejanza, un parecido. Suelen utilizarse en el mundo del arte, el cine, la publicidad y en las ilustraciones de los cómics, en los que un dibujo sencillo representa un concepto más abstracto, por ejemplo un corazón representa el amor, las hojas de un calendario cayendo el paso del tiempo... por mencionar los ejemplos más gráficos.



Ciencias naturales. Quinto grado, SEP, 2011

Metonimia

Se trata de una sustitución de términos basada en la asociación mental entre lo que se muestra y su significado debido a una relación causal, espacial o temporal. Por ejemplo sustituir a la obra por el autor, el producto por el lugar donde se produce o el objeto por su utilización.

Es un recurso visual similar a la metáfora y a la sinécdoque, pero la relación entre los términos identificados no es de semejanza como en el caso de la metáfora, ni tampoco de vinculación intrínseca o inclusión como en el caso de la sinécdoque. En la metonimia la imagen que evoca y lo evocado mantienen una relación estrecha que puede ser de causa-efecto, parte-todo, autor-obra, continente-contenido, productor-producto. En la metonimia visual se sustituye el producto por el lugar donde se produce o por el productor, el objeto por su utilización.

Lección 14 No fui yo, fue mi personaje

En una obra es muy importante el trabajo de los actores porque es a ellos a quienes vemos y oímos en el teatro. Aquí aprenderás a interpretar un hecho escénico por medio de ejercicios de actuación, participando activamente en una puesta en escena.

Lo que conozco

Cuando eres actor en una obra, ¿haces los mismos gestos que en tu vida cotidiana? ¿Por qué?

Uno de los recursos más importantes del actor es la expresión oral. Al interpretar los diálogos son muy importantes el dominio de la voz y la correcta pronunciación de todas las palabras, las sílabas y los signos de puntuación. En algunas ocasiones los actores, durante su trabajo, utilizan la voz de manera diferente: cuando lloran, susurran o ríen.



Si deseas conocer más obras de teatro busca en la Biblioteca Escolar en la colección Libros del Rincón la obra *El viaje de la tortuga panza rosa* de Élmer Mendoza (México, SEP-H. Ayuntamiento de Culiacán, 2009).

El mercader de Venecia.
Actor: Fernando Becerril,
Compañía Nacional
de Teatro, México



En el teatro la expresión corporal –es decir, los movimientos y los gestos del cuerpo– es un recurso importante, pues transmite características del personaje. Para interpretar correctamente las posturas, los gestos y los movimientos de cada personaje, el actor debe ser un gran observador.

También en el teatro se utilizan recursos musicales. A veces el actor tiene que cantar alguna frase musical o bailar si así lo requieren el personaje y la situación.



Educación artística. Sexto grado, SEP, 2011

Antítesis

Se recurre a la antítesis para mostrar varias imágenes enfrentadas y opuestas por alguna cualidad. Es muy frecuente en diseños e imágenes que pretende ilustrar, por ejemplo, el antes y el después. Se juega con la antítesis visual en varios niveles: negro-blanco, hombre-mujer.



Ciencias naturales. Tercer grado, SEP, 2011

Símil

Destaca el parecido o elementos que comparten una cosa con otra. Los símiles visuales sirven para establecer una relación entre una característica y un objeto, de forma que el espectador asocia esa característica al objeto. Usar colores verdes e imágenes de plantas u hojas es un símil visual que sugiere al lector que ese es un tema ecológico, natural o que contiene ingredientes naturales. Indirectamente se comparan las similitudes de dos cosas diferentes, permitiendo que sigan siendo diferentes a pesar de sus similitudes.

Analogía

Es una comparación basada en similitudes o cualidades paralelas. Establece una semejanza visual entre cosas distintas, y resulta útil —cuando es efectiva— para aclarar un concepto.

El avión deja sendas de humo. Los días siguientes recorren el circuito de la región (enfrentados con cuidado por un gran público) y parte de los restos del avión. El gran resultado es conocido como 'angel de humo'.



Símil. Ciencias naturales. Cuarto grado, SEP, 2011

Durante el desarrollo de este tema, clasificarás los materiales de uso común, de acuerdo con las características de sus estados físicos.

También relacionarás los cambios de estado de los materiales con la variación de la temperatura.

Además, describirás el ciclo del agua y lo relacionarás con su importancia para la vida.

TEMA 1

Características de los estados físicos y sus cambios

Estados físicos

Si observas a tu alrededor, encontrarás una gran variedad de objetos hechos con diferentes materiales. Reflexiona en lo siguiente: ¿de qué materiales están hechos los objetos que ves a tu alrededor? ¿Qué observas en un vaso de agua? ¿Y en el aire? Aunque no puedes ver el aire, lo percibes cuando hace viento y sabes que está a nuestro alrededor. ¿Conoces los componentes que tiene el aire? ¿Cuáles son? ¿Cuáles son las características que distinguen los diferentes materiales que nos rodean?



Analogía. Ciencias naturales. Quinto grado, SEP, 2011

Durante el desarrollo de este tema aprenderás que la caída de los objetos evidencia la acción de la fuerza de gravedad, y que su peso produce efectos sobre otros objetos debido a la fuerza de atracción que ejerce la Tierra.

Luchador desafiando la gravedad.



Tus parámetros de un objeto en caída.

TEMA 3

La fuerza de gravedad

¿Sabías que cuando deformas un cuerpo o impulsas o detienes una pelota estás aplicando una fuerza? Coméntalo en equipo e intenten llegar a una conclusión en grupo. Piensen en otras acciones en que apliquen una fuerza y después realicen la siguiente actividad.

Una grullita con gracia al efecto de la gravedad.



Hipérbole

Implica una exageración, un exceso visual con la finalidad de destacar una característica.

Lección 15 Figúrate una escultura

En esta lección diferenciarás la figuración y la abstracción en representaciones tridimensionales.

66
BLOQUE IV



Mirón de Eleuterás (480-440 a. C.).
El discóbolo, alrededor de 455 a. C.,
escultura en mármol (169 x 205 cm)



Ron Mueck, (1958) Niño agachado, 2006, escultura en fibra de vidrio, silicón y resina, (5 m de altura), Museo Aarhus Kunstmuseum, Dinamarca.

Educación artística. Cuarto grado, SEP, 2011

Alegoría

Representa una idea figurada a través de formas humanas, animales o seres inanimados. Establece una relación entre un plano real y uno imaginario, compuesta por una serie de metáforas que dan sentido al todo. Una alegoría es un dispositivo que sirve para presentar una idea, un principio o un significado.

Prosopopeya

Atribuye a seres inanimados o abstractos, cualidades propias de los seres animados. Específicamente, se refiere a la humanización o antropomorfización de animales o cosas. Es una figura muy recurrente en la ilustración de libros infantiles.



México: país "megadiverso"

Por su biodiversidad y sus ecosistemas, México es un país "megadiverso". En el mundo existen alrededor de 200 países, pero tan sólo en 12 de ellos —Australia, Brasil, China, Colombia, Ecuador, Estados Unidos, India, Indonesia, Madagascar, México, Perú y la República Democrática del Congo— se encuentra 70% de la biodiversidad del planeta. México es uno de los países con mayor diversidad biológica del mundo, no sólo por poseer un alto número de especies, sino también por su diversidad genética y de ecosistemas. Se calcula que en el país se halla entre 10 y 12% de las especies conocidas por la ciencia —ocupa uno de los primeros lugares en cuanto a plantas, anfibios y reptiles— a pesar de contar con tan sólo 1.3% de la superficie terrestre del planeta. Sólo China e India tienen mayor diversidad vegetal que México. Nuestro país se distingue también por un gran número de especies endémicas, es decir, aquellas que sólo viven aquí y no se encuentran en ningún otro lugar del mundo.

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales

Alegoría. Formación cívica yética. Cuarto grado, SEP, 2011



Un dato interesante

Marcel Marceau (1923-2007) fue un mimo. Creó al personaje Bip, que siempre tenía la cara muy blanca y vestía un pantalón ancho, una camisa a rayas y un sombrero viejo con una flor roja. Marceau ha sido considerado el mejor mimo del mundo, ya que todo lo expresaba con gestos y movimientos.

22
BIP



Marcel Marceau



Alejandro Colunga (1948). Silla lectora, 2006; maqueta de escultura monumental, bronce a la cera perdida, 17 x 20 x 43 cm.



Prosopopeya.
Educación artística. Primer grado, SEP, 2011

Aliteración

Obtiene su efecto mediante la repetición del mismo sonido, imagen o ritmo. En el caso de la aliteración visual se trata de una relación entre imágenes, elementos visuales y conceptuales semejantes o con una identidad similar.



Geografía. Sexto grado, SEP, 2011

El trabajo visual retórico puede aportar al trabajo editorial un método de lectura de creación. En este análisis tenemos las posibilidades de aportar el repertorio de las diferentes maneras con las que se puede ser persuasivo al seleccionar una imagen y con ella una idea o conjunto de ideas.

Desde el punto de vista del lector, este tipo de análisis ofrece la posibilidad de interpretar los mecanismos para la transmisión de idea, y por lo tanto de contenidos mediante la imagen, de la existencia y utilización de un código que debemos conocer. Sólo a partir del conocimiento de los mecanismos que intervienen en la selección de imágenes para la transmisión de contenidos podremos tener una visión crítica y completa de la misma.

Su aplicación en el trabajo editorial de un libro de texto, y en general en los materiales escolares, no tiene en realidad una función analítica, sino de una práctica conceptual que dote al proyecto editorial de los mecanismos que conducen a un lector-escolar a explotar su potencial interpretativo y

analítico al enfrentarse a un discurso paralelo —el visual—, lo cual redundará, sin duda, en la estimulación de uno de los principios fundamentales de la educación actual: aprender aprendiendo, ser copartícipe en el proceso de aprendizaje y actor principal en la construcción del propio conocimiento.

La selección de la imagen, su integración ordenada conforme un propósito estético y de contenido, así como su consecuente publicación en un proyecto editorial, ciertamente conducirá a buen término su potencial de aplicación didáctica que relaciona lenguajes diversos, y abrirá al editor un caudal de posibilidades a la hora de abrir nuevos caminos en el conocimiento de la imagen.

El trabajo editorial de la literatura infantil y juvenil (LIJ), su vinculación con la librería digital y el fomento de una biblioteca familiar

Dar orden a la saturación editorial, encontrar en ella lo que creemos de interés, o también, insertar, en ese universo laberíntico, un nuevo elemento impreso de láminas de celulosa encuadernadas, pareciera una tarea condenada a la incertidumbre. Las publicaciones se producen una tras otra. Nos refieren todos los temas posibles que se superponen unos a otros en una competencia por captar la atención del público, que se da no necesariamente entre iguales categorías o conjuntos temáticos, ni siquiera ya entre los mismos elementos.

La Sociedad del Conocimiento (si es que en verdad existe) convive con la Sociedad del Espectáculo; la frase “el disco es cultura” se replica en todos los fenómenos y productos hasta poder sintetizarse en “todo es cultura”. No parece esto un asunto de la “democratización” por accesibilidad, sino del reclamo de integrar toda expresión por derecho propio en la suma de la cultura universal. El fenómeno pareciera tener su origen en la posibilidad de la reproductibilidad, desde Gutenberg hasta la Revolución Industrial y su producción en serie, pero tiene su consolidación contemporánea después de la Segunda Guerra Mundial con la aparición de la “cultura de (para) las masas”, representada por el Pop Art, el rock y la industria discográfica y la generalización de la televisión. Las publicaciones, la fotografía, el cine y sobre todo la radio habían mostrado ya algunos adelantos. Desde entonces, y hasta la llegada de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), particularmente por el internet, las posibilidades de tener acceso a fuentes diversas de entretenimiento, información o conocimiento crecieron exponencialmente.

La red pareciera ofrecer la biblioteca y la librería universales (en texto, voz e imágenes). ¿Cómo entonces es posible encontrar en ella lo que es de

nuestro interés sin perdernos en sus meandros y vericuetos? ¿Por qué, además, insertar en la nube nuestras propuestas editoriales (por nuestro propio derecho de expresión, dictaría nuestra vanidad) y contribuir con ello a la saturación editorial?

Gabriel Zaid nos advierte cómo la producción editorial ha venido creciendo exponencialmente desde la aparición de la invención de Gutenberg: “En el primer siglo de nueva imprenta, se publicaron unas 35 mil ediciones. (Agustín Millares Carlo, *Introducción a la historia del libro y de la biblioteca*), o sea unos 350 títulos por año. Para 1952 se publicaban ya unos 250 mil (Robert Escarpit, *La revolución del libro*). Esto implica un ritmo de crecimiento cinco veces mayor que el de la población” (Gabriel Zaid, *Los demasiados libros*, p. 18).

La proyección que propone Zaid para el año 2000 era de un millón de títulos anuales. Pero la preocupación por los “demasiados libros” es anterior y forma parte de la historia general del libro. Roger Chartier señala que la primera crisis del libro apareció en Francia, en 1890, cuando la idea de la sobreproducción de libros estaba muy presente entre editores, observadores y periodistas, como si el mercado que creció en la segunda mitad del siglo XIX no fuera suficiente para absorber la producción de los últimos diez años de ese mismo siglo. No se trata de una crisis en relación con otros medios de comunicación, sino que se inscribe en el desfase entre un mercado insuficiente y la capacidad de producción de nuevos libros, multiplicada por las nuevas técnicas de impresión y composición como la linotipia y la monotipia. Pero esta crisis de finales del siglo XIX indica algo más profundo, que ocurre casi desde los primeros impresos, ante pensamientos contradictorios de la cultura escrita. [Por un lado] el temor a la pérdida, lo que hace que en el siglo XVI se recojan los textos manuscritos y se publiquen impresos para así sustraerlos del olvido. [...] Por otro lado, existe el temor al exceso, el temor propio de una sociedad completamente invadida por su patrimonio escrito y por la imposibilidad de que cada individuo maneje y domestique esta abundancia textual. [...] Es muy fuerte esta contradicción entre la obsesión por la pérdida, que requiere de la acumulación, y la inquietud por el exceso, que exige seleccionar y elegir. (Chartier, *Cultura escrita, literatura e historia*, pp. 21-22).

Chartier ve que “la enseñanza, la biblioteca y los sistemas de clasificación son los instrumentos para controlar” el exceso de los textos; es decir, la cultura del libro contiene desde sus orígenes sus propias herramientas de compilación y clasificación, que en términos retóricos no sería otra cosa que su propia inventio: los libros sagrados y los profanos; los censurados, los

erradicados, los expurgados; los de gran formato y los de bolsillo; los clásicos grecolatinos y los contemporáneos; los que competen a una materia o a todas; los publicados en otra lengua o en dos a la vez; los que se reimprimen o se reeditan; o, para seguir con numeraciones arbitrarias, como los clasificaría, de manera prosaica Henry Miller en *Primavera negra*: “los libros pueden dividirse en dos: los que merecen la pena leerse en el retrete y los que deben tirarse en él”. En todo caso, cada editor (al igual que cada profesor —como un lector especializado que ha hecho su propia clasificación de los libros que deben leerse como parte de su materia—, sacerdote, especialista, escritor o lector, simplemente) deberá realizar sus propios mecanismos de selección y clasificación: los de dominio público, los que querría haber editado, los de novísimos autores, los que hay que traducir, los de corto tiraje, o mínimo o, arriesgadamente, de mayor de mil ejemplares, etcétera, de manera que puedan definir el perfil que, a su vez, lo defina a uno como editor: “por sus obras los conoceréis”, reza un dicho popular.

Pero más allá de la definición de un proyecto, y regresando a los “demasiados libros”, nos parece que esta discusión se incrementó cuando, justamente, como alude Susan Sontag, el libro fue visto como parte de la industria del entretenimiento. Muchas editoriales tradicionales pequeñas o incluso grandes fueron compradas por grandes grupos financieros de las comunicaciones, como fue el caso del devenir de compra-venta de la editorial Random House por grupos de las telecomunicaciones, entre otras, a partir de los años noventa del siglo pasado, tal como lo refiere André Schiffrin en *La edición sin editores: las grandes corporaciones y la cultura* (2001). Ahora las editoriales son empresas que cotizan en la Bolsa y cuyo principalísimo objetivo son las ganancias económicas y no ya el trabajo propiamente editorial.

Es posible, entonces, en un ámbito hiperconcentrado de las grandes corporaciones, de saturación y exceso de títulos, mantener una propuesta de calidad que en las áreas de arte, cultura y sociedad, de textos nuevos o rescatados que puedan ser difundidos a través de la nube cibernética y comercializados de modo digital y en atención a comunidades lectoras específicas.

La promoción y distribución editorial del libro en México debe sortear obstáculos diversos de accesibilidad, tanto en el sentido de lectores que buscan textos específicos, como en el sentido de autores que requieren dar a conocer sus trabajos a través de su publicación. Las pocas librerías que aún subsisten en México y su ineficiente funcionamiento agravan esta situación. En específico, actualmente los libreros ya no cumplen con su compromiso

tradicional: conocer ampliamente diferentes temas, el mercado y al público, para ser capaces de actuar como un puente eficiente entre el texto y su lector. En el caso de las publicaciones de la LIJ y de las comunidades lectoras, el problema de la accesibilidad es aún más complejo. Existen proyectos editoriales importantes y muy buenos que, sin embargo, por sus características, no son viables ni comerciales para la inversión de las editoriales con un esquema de producción tradicional.

Es claro el esfuerzo que hacen las editoriales por tener en la nube sus libros ya sean digitales o analógicos, pero poco se está haciendo para juntar esos esfuerzos en un solo sitio para darles accesibilidad de una manera lógica y determinada. Existen muchos proyectos de promoción y difusión del libro, pero a la hora que comunidades específicas quieren acceder a ellos, no los encuentran. Por eso es importante crear un espacio de consulta y compra de los materiales que aliente la creación de una biblioteca familiar exclusiva a través de un solo sitio digital. En esta sección detallaré la forma que proponemos que debe adquirir un espacio virtual de esta naturaleza.

Al analizar el panorama actual de la lectura en México, se debe tomar en cuenta la cadena del libro, del autor al lector. En ella conviven el escritor tradicional, responsable absoluto de su obra, el autor por encargo, y aquel que, siendo lo uno o lo otro, utiliza las nuevas tecnologías digitales para someter su obra a una supervisión previa, para difundirla o para proponer una escritura interactiva con su público. En cuanto al escritor tradicional, nos interesa integrar su trabajo a los procesos de interacción que ofrece el ámbito editorial a través de nuestras propuestas de ediciones críticas y discusiones abiertas; respecto al autor por encargo, nos interesa considerarlo como un posible colaborador que pueda desarrollar compilaciones, introducciones, estudios críticos y foros de consulta especializados; finalmente, el escritor interactivo podrá encontrar en nuestra propuesta un campo ideal para su desarrollo intelectual y para ampliar su público. En los tres casos, nuestra propuesta abre la posibilidad de un contacto más directo con los lectores reales y de la retroalimentación que éstos puedan proporcionar.

Por otra parte, la mayoría de los editores no se interesan por proyectos que no garanticen su viabilidad financiera. Además, no mantienen en catálogo muchas de las obras que, publicadas por ellos, siguen siendo de interés para comunidades específicas. A pesar de los esfuerzos gubernamentales de fomento a la lectura, la industria editorial no parece estar suficientemente interesada en que se cumpla el encuentro de las obras con su público a través

de la librería, pues sobrevive de otro tipo de comercialización. Mientras el gobierno no deje de ver a la cultura en general como un artículo que tiene que hacer llegar a su población de una manera gratuita y subsidiada, no será posible crear una red importante de librerías especializadas que fomenten o cumplan con su parte en la cadena del libro. Por su parte, la industria editorial, al tener garantizada su solvencia con las compras de gobierno, no contribuirá en nada en algún esfuerzo por armar mecanismos que apoyen a las librerías.

El 97% de los municipios de México no cuentan con librerías y 92% de ellos no tienen puntos de venta (que son aquellos que venden otros productos, además de publicaciones). ¿Cómo puede existir una cultura lectora si no se encuentran los libros a disposición del lector? De poco servirán todas las estrategias de fomento a la lectura si los libros no llegan a los lectores potenciales, pues la mejor difusión es la distribución misma. Un proyecto editorial apoyado en la red podrá solventar una difusión y comercialización nacional e internacional, trascendiendo las dificultades que impone la distancia, lo cual no puede ser llevado a cabo por las pocas librerías en el país.

La intención de nuestra propuesta editorial es restaurar ese eslabón de la cadena del libro por medio de las TIC y de una amplia estrategia de difusión. En nuestro proyecto queremos acercar las obras y sus autores a su público. Por una parte, nos proponemos el rescate de obras ya descatalogadas por las editoriales o simplemente descartadas por las pocas librerías existentes. Por otra, buscamos ofrecer información adyacente que enriquezca la lectura e, incluso, le dé al lector la posibilidad de interactuar con ella.

Claro que sí

Claro que sí es una empresa constituida desde 1991 y que reactivó sus actividades en el 2014.

Objetivo general

Detectar y hacer disponibles los textos que necesiten comunidades lectoras específicas (y que actualmente, por diferentes razones, no puedan conseguir), trabajando en la búsqueda o creación de proyectos editoriales especializados, preferentemente en el ámbito de la literatura infantil y juvenil, para restaurar, el vínculo entre esas obras específicas y sus posibles lectores.

Visión

Organizar ediciones de calidad, enriquecidas en diversas formas de promoción y accesibilidad, tanto en obras rescatadas como en nuevos títulos, para fortalecer con ellas la cadena del libro y satisfacer necesidades de lectura y conocimiento de comunidades específicas en la LIJ.

Misión

Desde el ámbito de una empresa editorial, hacer difusión y extensión del conocimiento por medio de las obras que publicamos. Para ello, ser responsable en cuanto a los derechos de autor, la calidad de los textos y la actualización tanto de las obras mismas como del catálogo. Trabajar día a día en las líneas editoriales planeadas para cumplir las metas y objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.

Metas

A corto plazo

Establecer legalmente la empresa y sus proyectos para funcionar dentro del ámbito legal y fiscal.

A mediano plazo

Ser una editorial que aporte una visión clara la importancia de la imagen en el ámbito editorial y que logre incrementar año con año su catálogo, convirtiéndose en una referencia en el sector editorial.

- Tener la estrategia de comercialización de los productos definida y operando una página web con estrategias de comunicación en redes sociales, a manera de una librería especializada, pero no exclusiva, de LIJ.
- Tener listo el diseño y comercialización de la revista *Claro que Leo*.
- Tener por lo menos 10 títulos del catálogo editorial para finales del 2015.

A largo plazo

Lograr que la librería digital de la LIJ esté funcionando con un catálogo de relevancia nacional e internacional, así como incluirá publicaciones propias desarrolladas específicamente para el proyecto.

Estructura de trabajo

Se pensó que la estructura y cantidad de personal requerido para el arranque del proyecto no fuera constante, sino que se fuera regulando según las cargas de trabajo.

El primer trabajo de servicios editoriales fue para una editorial comercial en donde se tenían que elaborar materiales en tiempos muy cortos; se decidió tener un espacio físico que sirviera como núcleo de trabajo, en el que colaboraban dos gerentes de proyecto y un número variable de diseñadores y correctores cuya permanencia se definiría por las cargas de trabajo

Durante este primer trabajo se estructuró el proyecto general de la empresa, con el apoyo de una abogada que estuvo gestionando todos los procesos necesarios para la conformarla así como todos los modelos de contrato que se planeó que constituyeran la política para las contrataciones y acuerdos editoriales entre diferentes tipos de agentes del proceso editorial.

Al concluirlo quedó sólo una persona contratada por honorarios asimilados a salarios y se mantiene abierta la colaboración con correctores, diseñadores y la abogada que colaboran según las cargas de trabajo

Comercialización del proyecto

La comercialización es un proceso que empieza en la concepción misma de la publicación y traza la planeación e instalación en el mercado de un producto editorial (como de cualquier producto). En muchas editoriales, el departamento de marketing tiene gran influencia en la decisión de publicar o no una obra en función de sus proyecciones de mercado. La estrategia de

comercialización es integral en la concepción de una publicación, fija precios, planea la promoción, la distribución y la difusión. Dependiendo del tipo de publicación, puede tener incluso injerencia en el diseño (el diseño de portadas en grandes editoriales suele ser “ámbito de competencia” del departamento de marketing). En el marketing mix se combinan diversas estrategias o técnicas para cumplir con la expectativa del cliente con base en la gestión y correspondencia de las llamadas cuatro “P” (llamadas así por las iniciales de los conceptos en inglés) product-producto, place-distribución, promotion-promoción, price-precio. Estas cuatro variables orientarán al plan de comercialización para determinar, por ejemplo, el público meta, tirajes, prospectiva de ingresos, plazos, etcétera.

La edición de una obra (física o digital) no tendría sentido y estaría destinada a morir en los estantes de una bodega o a flotar en la nube al infinito, si previamente a la publicación no se ha planeado su circulación mediante un esquema de distribución, comercialización y promoción. Contar con un excelente modelo de negocio, que además conozca su público meta, detecte y negocie plazas (nacionales e internacionales) y sus porcentajes de descuento, y prevea la vigencia de su producto, sólo será efectivo si de antemano se trazó la red y los mecanismos de distribución que garanticen que la edición —el producto— estará en la plaza en tiempo, cantidad y condiciones que se hayan estipulado.

En un plano idóneo, la publicación debería ser un “producto esperado”, una necesidad creada en el público meta mediante una eficaz estrategia de promoción, o plan de promoción, que puede incluir, entre otros, la difusión en las redes sociales (sin duda, en este momento ésta es una de las herramientas más efectivas y de menor costo), la publicidad, las relaciones públicas, el merchandising (las estrategias para ofrecer la publicación en el punto de venta), la organización de eventos (presentaciones de libros, sesiones de firmas, participación en ferias, etcétera), distribución de muestras a la prensa (dados sus altos costos, no siempre resulta la opción más conveniente y redituable).

Público meta

Al ser éste un proyecto editorial y de difusión cultural, apunta hacia un público meta amplio: en principio pareciera para un público infantil y juvenil, pero por las características del mismo se dirige a comunidades distintas de

docentes, bibliotecarios y público en general afines al fomento de la lectura en niños y jóvenes. Sin duda la definición del público(s) meta determina la decisión editorial, o mejor dicho, la orienta, porque al definir necesidades, gustos, intereses, prácticas o hábitos lectores, si se trata de nativos o inmigrantes digitales, se consolida un catálogo que debe estar destinado a tener éxito en la comunidad a la que se dirige.

Instrumentos de seguimiento

Se evaluarán los productos editoriales desarrollados y el panorama asociativo ofrecido en la red, por medio de la supervisión permanentemente los materiales, a fin de valorarlos, mejorarlos y retroalimentarlos. Así también, se detectará su posible impacto entre los lectores utilizando controles de descarga, visitas y comentarios de los usuarios.

Sin duda, una de las complicidades que exige mayor corresponsabilidad, transparencia y principios éticos, es la que se da cuando se levanta una sociedad con propósitos específicos e inversión financiera y material con expectativas de obtener una ganancia económica. Para lograr una planeación estratégica del proyecto general en su conjunto, así como una planeación presupuestal por cada producto, se deberán realizar estudios financieros y contables de todos los recursos de que se dispone.

Claro que Sí va a trabajar en distintos proyectos

- Servicios editoriales
- Casa del Ilustrador
- Un catálogo editorial propio
 - Libro infantil y juvenil
 - Libros de ilustrador - Diarios gráficos
 - Libro artesanales - ediciones de autor de corto tiraje
- Revista Claro que Leo
- Librería digital de literatura infantil y juvenil
- Profesionalización por medio de talleres cursos y festivales para ilustradores y profesionales del ámbito editorial.
- Proyecto Pequeño museo (análisis de la imagen)

Servicios editoriales

Los servicios editoriales generaran una entrada económica que ayude a la estabilidad del proyecto para lograr con esto el desarrollo de los ejes definidos.

Ofrece al cliente la tranquilidad para llevar a cabo sus proyectos editoriales con la seguridad de un trabajo profesional adecuado a sus necesidades, desarrollando todos o parte de los procesos editoriales, comenzando con la coordinación del proyecto, pasando por la elaboración de contenidos, corrección de estilo, diseño, iconografía, formación, impresión y distribución.

Casa del Ilustrador

Venta y promoción de obra original, reproducciones, intervención de objetos y utilitarios desarrollados por Ilustradores así como un banco de imágenes especializado en ilustración al servicio de la industria editorial.

La Casa del Ilustrador tiene como objetivo difundir y promover la ilustración. Como médula del proyecto se encuentra una galería itinerante, la cual contará con obra de ilustradores para la venta al público en general en ferias de libro y eventos culturales. Dicha obra es constituida por originales, ya sea de ilustraciones que se han realizado para libros o ex profeso, piezas intervenidas, obra seriada y utilitarios.

El proyecto también promoverá un banco de imágenes de ilustración al servicio de la industria editorial.

Un catálogo editorial propio

Libro infantil y juvenil

Torquai.

Texto e ilustraciones: Alejandra Antón Honorato

Una tarde un misterioso niño amnésico aparece en las costas de Torquai, una isla de llena de personajes extraños que gustan de comer libros y beber frasquitos de tinta. Ágatha, una de las lugareñas, al encontrarse con él, decide adoptarlo hasta que recuerde quién es, sin sospechar los problemas que su llegada y la de otros forasteros traerán a Torquai.

Alejandra Antón Honorato es diseñadora, ilustradora y panadera de corazón. Le gusta trabajar en proyectos culturales y educativos, donde mezcla ideas y narrativas para generar propuestas lúdicas y conceptuales. *Ver anexo 5.*

Mi mamá es Malévola.

Texto: Andrés Acosta,

Ilustración: Isidro R. Esquivel

A veces las personas más cercanas y queridas tienen dos caras y llevan una doble vida. A veces se esfuerzan por sus pequeños hijos y los resultados no

siempre son los mejores... a veces sí. ¿Puede una madre ser tierna y malévola al mismo tiempo? Una madre lucha por sus hijos de muchas maneras, incluso a sillazos y aplicando las llaves más enredadas, sobre una arena profesional. Así es la vida de una familia en la que se tiene una madre de día y se admira a la enmascarada de noche. Habrá que descubrirlo en este libro, que también posee dos caras, que confluyen en el centro de la historia.

Mi mamá es Malévola se inserta en la categoría de libro álbum, y como tal la ilustración tiene un papel protagónico. Tanto el texto como la ilustración confluyen, a través del humor y la gracia, en la caracterización de situaciones y personajes entrañables, que muestran una mirada distinta de la familia y los afectos.

Andrés Acosta ha publicado varias obras de narrativa y de teatro para público infantil, juvenil y adulto. Entre ellas, destacan las novelas juveniles: El complejo de Faetón (SM, 2006), Olfato (SM, 2009, Premio Gran Angular de Literatura) y Subterráneos (SM, 2012), y los libros de cuento infantil: Lavadora de culpas (Premio de la Feria Internacional de Literatura Infantil y Juvenil) y Agua en polvo (Norma, 2010). Obtuvo el primer lugar en poesía infantil del Certamen Internacional de Literatura Sor Juana Inés de la Cruz 2013, con El libro de los fantasmas.

Isidro R. Esquivel, ilustrador mexicano, egresado de Diseño de la Comunicación Gráfica y especializado en Ilustración en la Universidad Autónoma Metropolitana. Su trabajo ha sido seleccionado para integrar el XVII y XX Catálogo de Ilustradores de Publicaciones Infantiles y Juveniles convocado por el Conaculta; en 2011 fue incluido en el Segundo Catálogo Iberoamericano de Ilustración. *Ver anexo 12.*

Matemáticas ilustradas

Textos: Ana Alberro y Radmila Bulajich

Ilustración José

Es una colección de problemas generales, estrategias ganadoras y trucos en general de problemas matemáticos conocidos, y otros no tanto. Los problemas no están catalogados por nivel matemático, pues su intención es acercar al público infantil al gusto por las matemáticas desde una perspectiva creativa y gráficamente atractiva. Los problemas están escogidos de manera que no se requieren de muchos conocimientos pero sí de una buena dosis de ingenio.

La propuesta plástica del libro no intenta ilustrar o ejemplificar los problemas matemáticos, sino escenificar un contexto, una situación, un personaje con toque de humor en el que se puede presentar el problema en cuestión. Se trata de una gráfica propositiva que deriva en un material más atractivo para su lector. La ilustración se propone mostrar tanto un sentido estético, al tiempo que ser un acercamiento de las matemáticas a situaciones cotidianas para los niños.

Es un libro no fungible y, gracias a esa condición, resulta un material valioso para el aula o la biblioteca, especialmente para el trabajo en equipo.

Ana Alberro Semerena es coautora del calendario matemático desde 2002. Participa también en diferentes proyectos de divulgación en México en varias instituciones académicas, así como casas editoriales en las que desarrolla y edita contenidos para libros de texto.

Radmila Bulajich Manfrino es profesora de matemática de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos (México). Participa en la organización de la Olimpiada Mexicana de Matemáticas, de la que era la directora hasta 2011.

José Luis García Valadez (Josel), ilustrador mexicano de larga y prolífica trayectoria, desde hace más de 20 años sus ilustraciones han sido publicadas en diversos medios publicitarios, libros y revistas del país. Estudió en México Ciencias de la Comunicación y posteriormente Técnicas de ilustración en España. Junto con su trabajo de ilustración se desempeña como docente en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Ver *anexo 11*.

Libros de ilustrador - Diarios gráficos

Diario Gráfico de David Lara

Es un ejercicio de dibujo de libertad creativa que propicia la experimentación del estilo y provoca la necesidad de utilizar nuevas materias y herramientas poco comunes en el trabajo diario. El Diario combina la capacidad de diseño y observación, fomentando al mismo tiempo la creatividad. El objetivo de este ejercicio es recopilar un dibujo diario, tomando como eje eventos relacionados con la vida, trazarlos con la mayor libertad posible, siempre alejado de convencionalismos propios de su trabajo profesional. El propósito es generar en el espectador la inquietud y el hábito de experimentar con técnicas de ilustración y de dibujo.

El libro puede resultar inspirador a diseñadores, tatuadores, ceramistas, cineastas, graffiteros o para quien esté relacionado con las artes visuales. Su propósito es que sirva de inspiración para generar nuevas ideas en el lector a partir de sus propias interpretaciones.

Formado en la tradición de técnica científica y/o realista, en la edición del Diario gráfico el autor toma distancia para presentar un registro diario de su trabajo experimental a lo largo de las páginas, por medio de bocetos, mostrando así la memoria del artista, el trabajo constante a lo largo de las semanas y los meses, que desembocará, sin duda, en el desarrollo de un nuevo estilo propio.

David Lara es un ilustrador mexicano cuya obra ha recibido importantes reconocimientos de instituciones como el Fonca y la Asociación Cultural Teatro en Italia. El estilo de David Lara abarca desde la caricatura hasta el realismo. Es reconocido por el uso de la técnica scratch sobre estireno sin necesitar recurrir a recursos digitales. El artista cita obras de Leopoldo Méndez y José Guadalupe Posada como algunas de sus principales inspiraciones. Ver anexo 3.

Divertimento de Éricka Martínez

Se trata de una obra visual basada en la recopilación momentos narrativos gráficos que la autora realizó diariamente durante dos años para la cartelera del Canal Once. Son dibujos a línea neoexpresionista, creados en un ensayo rápido de la figura y la forma gestual. Capta en cada momento la esencia de expresiones, situaciones y relaciones con los individuos. A partir de un trabajo de acompañamiento gráfico diario, independientes entre sí, al reunirse cobran por un lado, un sentido temático y expresivo en otro. Este libro recontextualiza y da una secuencia narrativa a las diferentes temáticas que, en su origen, estuvieron ocultas durante su producción. La resignificación de los momentos narrativos visuales, mediante un hilo conductor literario, da la posibilidad de entender a la artista; su cosmovisión y facilidad expresiva plasmada en el trabajo gráfico.

Divertimentos es un diario gráfico que se generó al reunir el trabajo de la cuando hizo un boceto diario para la cartelera del Canal Once de televisión, creando un enfoque en otra dimensión del trabajo de Érika Martínez, pues su obra plástica reciente, ampliamente conocida, se centra más en el manejo del color y en la interpretación de la imagen a partir de un texto. Divertimentos presenta un discurso oculto enfocado en más en el significado de la imagen por sí misma.

Éricka Martínez, ilustradora mexicana, de larga trayectoria en la gráfica nacional y reconocida internacionalmente. Su trabajo en ilustración de libros para niños, está plasmado en editoriales como Trillas, Santillana, Alfaguara, Fondo de Cultura Económica, en la Serie A La Orilla del Viento, SEP (Libros del Rincón), Editorial SM (serie Barco de Vapor), Pearson, Educación, Editorial El Naranja, Editorial Nostra, Editorial Norma, Editorial Tecolote, Ediciones Castillo. Ver anexo 4.

Libros artesanales - Ediciones de autor de corto tiraje

Ahora que todo el mundo esta pensando convertir su producción a digital con las ventajas y desventajas que esto puede generar, *Claro que Sí* propone una línea editorial para hacer libros artesanales, producidos en serigrafía, grabado, mimeógrafo etcétera. Con acabados en encuadernación artística dentro de esta producción se están explorando diversos proyectos:

Corazones

Ilustración: Ericka Martínez

Signos del Zodiaco

Ilustración: David Lara

Pinturas rupestres de Baja California

Ilustración: Maricel de Buen

Carlos Palleiro 70 años

Ilustración: Palleiro

Revista Claro que Leo

Es una revista bimestral enfocada para las familias y dirigida a los padres y personas interesadas en el desarrollo y seguimiento de la lectura de niños y jóvenes.

Lo que pretende es orientar a las familias sobre las estrategias de lectura que existen, así como ser un canal de venta y difusión de libros de editoriales con catálogos de literatura infantil y juvenil. También ser un conducto para promover eventos y difundir actividades alrededor de los libros para niños y jóvenes.

Esta revista es de carácter comercial por lo que habrá espacios para la venta de publicidad, pero no cobrará por publicar reseñas de libros. Estas publicaciones se podrán adquirir por medio de la librería virtual destinada para ello; los materiales se podrán distribuir en el DF y en el interior de la República. Se promoverá en escuelas, ferias y por redes sociales. Tendrá un costo anual de suscripción y se distribuirá por correo o entrega a domicilio.

Ver anexo 10.

Librería digital de literatura infantil y juvenil

La librería cuenta ya con un catálogo de 1000 libros seleccionados de editoriales con mayor tradición en la publicación de libros para niños y jóvenes de habla hispana, aunque se pondrán al alcance del público también libros en otros idiomas.

Profesionalización por medio de talleres, cursos y festivales para ilustradores y profesionales del ámbito editorial.

Se planearán y se promoverán diferentes talleres enfocados a fortalecer el gremio del libro. *Ver anexo 12*

El Pequeño Museo

El Pequeño Museo es un acercamiento al arte y la cultura nacional e internacional, a través de la imagen. Este proyecto apunta a crear una cultura visual, que redunde en el desarrollo de la competencia comunicativa, el pensamiento abstracto y el pensamiento crítico.

La selección de imágenes abarca a la mayoría de disciplinas artísticas, y sigue un criterio integrador de esas manifestaciones artísticas en diferentes culturas de México y del mundo (diversidad). Dentro de la selección de las artes plásticas se consideró la fotografía, la ilustración, muestras de cortometraje, danza, teatro; y en cada una de estas disciplinas se ha equilibrado la selección

incorporando arte clásico, contemporáneo y popular. Cada imagen se acompaña de una ficha breve con información básica de la obra (autor, título, fecha, medidas, técnica y escala), una referencia asociada a un libro que establece un puente entre la lectura de la imagen y la lectura de un texto literario o de divulgación, y un grupo de preguntas detonadoras para realizar un análisis de las imágenes; dichas preguntas son una sugerencia de apreciación de la imagen, pero tienen un carácter moldeable a la creatividad e iniciativa de cada quién.

El proyecto El Pequeño Museo se fundamenta en la convicción de que desarrollando la capacidad de observar y de apreciar, se contribuirá en la formación de sujetos analíticos, sensibles y críticos. Pretende incidir en la formación de sujetos plenos, que a través de la apreciación artística, desarrollen la sensibilidad en todos los ámbitos de su vida. No se pretende desarrollar la erudición, sino alentar la imaginación, la curiosidad, y despertar su sentido observador, estimulando el diálogo entre pares, de ahí que no se abunde en la información sobre el autor o el contexto de las obras.

El Pequeño Museo muestra que en el arte están en juego infinitas formas de interpretación, y que no hay lecturas correctas o incorrectas, ya que en las expresiones artísticas se busca que el espectador, el lector de la imagen, sea quien construya su propia concepción, de ahí que sea una herramienta fundamental y detonadora del pensamiento abstracto.

Es un acercamiento al arte sin acartonamientos ni formalismos, precisamente con el objeto de desmitificar la idea del arte como discurso especializado, indescifrable, sino cotidiano, cercano, e integrador. Así, los niños tendrán la oportunidad de ver imágenes de muy diversos tipos y géneros, incluso aquellas que no tienen difusión en los medios de comunicación tradicionales. En este sentido es importante considerar que el material expandirá las opciones para todos los niños de conocer, interactuar, ver el arte en sus diferentes disciplinas, pero será aún más significativo, para un sector de la población infantil que difícilmente tendrá acceso a cualquier manifestación artística que no sea exclusivamente la de la comunidad en que vive.

Es un proyecto que comenzó a gestarse en la SEP y al final se hizo uno para primero de primaria. La idea es poder hacer más propuestas agregado distintas temáticas. *Ver anexo 7.*

Ejes rectores

Se desarrollaron varios ejes para el proyecto de Claro que Sí.

- 1) El primer eje rector, se origina del análisis de grandes esfuerzos por promover la lectura escrita o visual, ya sea por medio de promotores profesionalizados, cuenta cuentos, recomendaciones directa o indirectamente de libros para niños y jóvenes, obteniendo como resultado, que en muchas ocasiones se recomiendan materiales los cuales no se pueden encontrar en el mercado fácilmente, por lo que se creó un espacio en el que se puedan adquirir libros dentro de un portal donde exista una estrategia clara de promoción que los haga accesibles para su compra y distribución apoyada de una revista tanto digital como impresa como apoyo a la promoción.
- 2) Existe una falta de formación de profesionales para el gremio de la ilustración, en general emergen de otras carreras y no de una licenciatura donde la línea principal sea el análisis de la imagen, sin embargo, se han enfocado algunos cursos de profesionalización al desarrollo de diferentes técnicas pictóricas con las que se puede ilustrar.

En otras partes del mundo hay licenciaturas y espacios específicos para la profesionalización y exhibición de la obra original de los ilustradores. Este es un caso claro en España, Chile y Argentina en habla hispana.

A partir de este análisis se decidió uno de los ejes del proyecto que será la profesionalización y difusión del ilustrador partiendo del análisis de la imagen y no desde la técnica de ilustración. Así como generar los espacios para lograr que los ilustradores puedan vender su obra

original ya sea publicada o no y fomentar que el gremio de la ilustración se fortalezca en varios sentidos.

- 3) La edición propia o conocida como independiente siempre está presente en las inquietudes profesionales, por lo que se desarrolla el tercer eje del proyecto que tiene que ver con la creación de un catálogo propio de ediciones.

Librería digital de la literatura infantil y juvenil (LIJ)

Como una alternativa para dar un espacio a este tipo de proyectos, hemos planeado la creación de una librería digital de la literatura infantil y juvenil, cuyo esquema de producción se basa en hacer accesibles los materiales para las familias y así poder formar a esta comunidad específica en la creación de sus bibliotecas familiares.

Su razón de ser radica en ofrecer propuestas editoriales vigentes, contribuyendo a la bibliodiversidad con los catálogos vivos de las editoriales dedicadas a la LIJ y el rescate de obras que consideramos deben seguir a disposición de comunidades lectoras. Coincidimos con Gabriel Zaid en que: “La variedad es preferible. Lo deseable para todos los libros no es que tengan millones de lectores, sino su público natural: utópicamente, el que pudiesen alcanzar si la distribución fuera perfecta y el precio indiferente, de manera que todo posible lector interesado tuviese la posibilidad de leerlos”. (Gabriel Zaid, “Interrogantes sobre la difusión del libro”, en *Los demasiados libros*, p. 49.)

Son las tendencias básicas de fondo que han aumentado cada vez más el ritmo para dar accesibilidad por medios digitales al amplio catálogo editorial de la LIJ. Por un lado, una preocupación casi obsesiva por digitalizar textos, ya sea para evitar su futura pérdida, o bien para hacerlos más accesibles a un público mayor; por otro, la actual exigencia competitiva en la que se ven envueltos los editores hace necesario que sus publicaciones estén presentes en internet para ganar o mantener lectores. Así, conviene retomar la pregunta planteada más arriba: ¿cómo pueden los lectores buscar, encontrar y consultar en ella lo que es de su interés sin perderse en sus meandros y vericuetos o sin padecer las incomodidades que la lectura en pantalla aún implica?

La librería incluirá un catálogo asociativo, así como espacios de discusión y análisis para las propias comunidades lectoras. Buscamos ofrecer información adyacente que enriquezca la lectura e, incluso, le dé al lector la posibilidad de interactuar con ella. Es importante definir que no se persigue la publicación de nuevos materiales, sino conformar un catálogo asociativo en diferentes niveles de interés de los lectores, ya sea por autor, título, temática o imagen. A la vez será un organizador de todo lo que tiene que ver con la literatura infantil y juvenil (LIJ) dirigido principalmente a la familia pero también a maestros, alumnos, promotores de la lectura, bibliotecarios, editores y público en general.

Nuestras publicaciones apuntarán a géneros textuales muy variados, pues se considerarán tanto los de creación literaria poesía, cuento, novela, ensayo, crónica, etcétera, como los otros tipos de géneros, por ejemplo, fichas técnicas, síntesis, comentarios, índices, investigaciones, estudios, artículos o reseñas, ya sean éstos de difusión, informativos, académicos o de crítica.

La revista *Claro que Leo* promoverá reseñas de la librería digital de la LIJ, realizadas por editores y académicos reconocidos en la LIJ, lo que conformará un robusto corpus. Después, gracias al prestigio implícito en cada propuesta de lectura, extenderá su campo de influencia de un grupo de lectores originales y definidos, a comunidades lectoras cada vez más amplias.

Así, para dar la mayor elocuencia posible a cualquier discurso, será necesario que cada una de las disciplinas y los colaboradores en ellas involucrados hayan puesto su propia voluntad de participar en la construcción colectiva que es la librería digital de la literatura infantil y juvenil. Lo colectivo supone entonces una organización, cuyas decisiones —transversales, verticales o diagonales— deberán estar acompañadas de la convocatoria para esa unión de esfuerzos, convocatoria desde la cual la organización se persuade a sí misma—. Si la persuasión —contenida ya en la visión y misión de la organización— no consiguiera el compromiso de todos quienes la conforman, el producto estará trunco, filtrado de imprecisiones y equivocaciones.

Cada uno de los participantes del proceso editorial genera un discurso propio que debe confluir en la organización y sus proyectos. Lo digital pues, es un diálogo de oradores cuyas capacidades retóricas dependen de las competencias de sus conocimientos y herramientas, como también del conocimiento del proceso en su conjunto y, por tanto, de la voluntad de escuchar las competencias del resto de la organización.

En la librería digital de la literatura infantil y juvenil asumimos este proceso de interdependencia, de pesos y contrapesos, de persuasión y prudencia, pues la consecución de un logro, de un objetivo, no es en ningún momento la victoria de un discurso sobre otro, sino la integración de un nuevo discurso —complejizado con la suma de elocuencias— que deberá, ahora, persuadir a los lectores.

Un proceso editorial que no debe eludirse en ningún caso —y es un principio de la librería digital— sin importar el soporte o el género del que se trate, es el establecimiento de un criterio altamente riguroso en cuanto a la corrección gramatical, sintáctica y ortográfica. A diferencia de lo que ocurre con otros espacios de producción discursiva más flexibles (como pueden ser las comunicaciones orales, anotaciones personales, manuscritos, blogs, chats, foros de discusión, mails, mensajes de texto, twitter, redes sociales, etcétera), por razones históricas y socioculturales, en general la actividad editorial es considerada por los hablantes como modelo a seguir, por lo que en sus manos recae gran parte de la responsabilidad de transmisión y cuidado de la lengua, un elemento fundamental de nuestra identidad cultural.

Ya que nuestras publicaciones estarán disponibles en línea, uno de nuestros objetivos básicos será el de mantener un español neutral, que puedan entender y disfrutar sin dificultades las distintas comunidades de hablantes del español. Con la idea de sistematizar y establecer criterios claros, contaremos con un prontuario especialmente creado para responder de la mejor manera al tipo de publicaciones que haremos. En él se especificarán los criterios que cada editorial debe definir respecto al estilo, la gramática, la sintáctica, la ortografía y la tipografía, los cuales se respetarán en todas nuestras publicaciones, para su elaboración nos estamos siguiendo los criterios generales del Prontuario del Fondo de Cultura Económica, (ver anexo 2). Tal prontuario o manual de estilo normará nuestros criterios desde cómo presentar los originales o por cuáles palabras optar cuando presentan una ortografía variable, hasta cómo deberá ser el uso de signos de puntuación, mayúsculas y minúsculas, números, abreviaturas, nombres y palabras en otras lenguas, traducciones, citas, transcripciones, notas, remisiones, sistema de referencias y de bibliografía o de créditos autorales, material visual o auditivo, entre otros aspectos. Todos los colaboradores de nuestra librería estarán familiarizados con estos criterios y se comprometerán a seguirlos cuando corresponda. Buscaremos con ello la corrección, la precisión, la claridad y la uniformidad necesarias para crear así una “personalidad” propia de la editorial, que sea digna de la confianza de sus lectores.

No obstante el rigor que debe conservarse en el tratamiento de los textos, sabemos de la especificidad del estilo literario y de la necesidad de respetar el criterio del autor cuando muestre una intención clara para no usar, o personalizar, las reglas generales. Asimismo, cuando se trate de obras que no sean editadas directamente por nuestra editorial respetaremos la edición original para entender así la diversidad de criterios y visiones editoriales.

Así también, la flexibilidad en la aplicación del manual de estilo será pertinente cuando por razones de ecdótica, el conservar la escritura original sea más importante que la corrección lingüística, según los criterios más actuales o generalizados, se respetarán las características originales de los textos. Justamente porque uno de sus propósitos es crear para los lectores una ventana abierta al proceso de creación y corrección autoral o editorial.

Del mismo modo, en las aportaciones de los especialistas o de los lectores comunes, se procurará no modificar los textos, como una manera de permitir que sus voces se escuchen sin mediación alguna. Hay que recordar que las decisiones de estilo o gramaticales que cada emisor toma reflejan su pensamiento, su procedencia, su formación, sus hábitos, etcétera. Finalmente, también habrán de considerarse los criterios gramaticales y estilísticos propios de cada lengua.

Quizá el mayor problema al que nos enfrentaremos en esta etapa de la producción editorial será discernir con justeza e inteligencia entre los “errores” que se deben respetar por cuestiones de estilo o de expresión literaria y aquellos que conviene corregir según las normas establecidas por la gramática o en nuestro manual, sin embargo, en este punto descansaremos en la experiencia de los expertos que colaborarán en cada proyecto. Por otra parte, a diferencia de las ediciones clásicas, la biblioteca digital goza de la enorme ventaja de que siempre existirá la posibilidad de modificar las reseñas con el propósito de mejorarlas o enriquecerlas.

Un aspecto no menos fundamental es la construcción del diseño, tanto del portal de difusión. Esto es, considerar los atributos tipográficos, de diagramación, ilustración, formatos, nombres de las colecciones, logotipo de la librería digital de la literatura infantil y juvenil, y demás elementos del diseño. Con lo cual se estará conformando ya la dispositivo de nuestra propuesta. En este sentido, el portal cubre un atractivo diagrama tanto de la página de inicio (para que sea claro todo lo que la editorial ofrece), como al interior de cada propuesta editorial digital: sinopsis, semblanzas, contenidos incluidos, formas de ingreso y pago, etcétera. Ver *anexo 9*.

Con estos procesos descritos arriba se estará conformando el pathos, el ethos y el logo de la editorial, con lo que sin duda el desarrollo puntual de los argumentos retóricos darán sólido fundamento a la propuesta. Tenemos así la propuesta editorial iría entonces en cuatro líneas de análisis: las obras y sus autores, los especialistas que las comentan y las anotan, el diseño integral y la propia definición de estilo, con lo que la cosecha de los públicos lectores —que hemos denominado comunidades lectoras— se dé como resultado de la conformación de este corpus.

Detectar y hacer disponibles los textos que requieren comunidades lectoras específicas, y organizarlos para restaurar, por medio de las TIC, el vínculo entre esas obras y sus posibles lectores.

Los proyectos de nuestra librería digital de la literatura infantil y juvenil se distinguirán por una o más de las siguientes características:

- Introducir al medio familiar las ediciones que respondan a las necesidades y los gustos específicos de públicos con intereses de lectura comunes y bien definidos (lo que venimos denominando comunidades lectoras).
- Rescatar publicaciones agotadas que sean de interés para determinadas comunidades lectoras y editarlas, siempre respetando los derechos autorales y editoriales, gestionando su uso para el proyecto editorial.
- Difundir y promover autores, ilustradores y especialistas por medio de una red asociativa.
- Gestionar los derechos de autor de los textos e ilustraciones que se quieran rescatar o editar.
- Facilitar al lector la búsqueda de autores y libros de su interés mediante un catálogo asociativo y temático disponible en la red.
- Actualizar constantemente las reseñas en la plataforma digital.
- Crear un espacio de discusión en red sobre los textos, en el que puedan interactuar las propias comunidades lectoras.
- Ser un canal de enlace de diferentes editoriales con posibles lectores; no sólo de las obras en español sino también en el idioma de origen, así como sus distintas traducciones.

La Revista *Claro que Leo* es un espacio que ira albergando una colección organizada y centralizada de todos aquellos materiales que requiere una co-

munidad para desarrollar la creación de una biblioteca familiar, bajo la supervisión de personal cualificado. Proporciona múltiples servicios de información y ofrece acceso —por diferentes vías— a fuentes de información y materiales complementarios. Constituye, además, un lugar favorable al estudio, a la investigación, al descubrimiento, a la autoformación y a la lectura. Es, pues, un lugar de aprendizaje, de encuentro y comunicación.

La Revista *Claro que Leo* construirá una colección de reseñas de libros que tienen disponibilidad en línea para el uso de las comunidades específicas, la cual iniciará con el catálogo vivo de las editoriales que se vayan sumando al proyecto.

Las reseñas están organizadas en bases de datos, agrupadas en colecciones, según el tema o el tipo de información que contienen.

La adquisición de las nuevas tecnologías tiene que ver con encontrar las ventajas y desventajas de su uso. En principio, puedo afirmar que la ventaja principal es sin duda la accesibilidad que, si bien ha traído consigo un profundo desorden, al mismo tiempo ha exigido a las nuevas tecnologías generar una serie de herramientas para ordenar la información según los intereses de comunidades específicas. En este punto es en el que voy a generar la inventio del proyecto.

La tecnología tiene además la enorme ventaja de hacer posible el manejo y sistematización de grandes volúmenes de datos. Esto no es nuevo pero se ha demeritado en la medida que la accesibilidad visual de las tic. El uso y la organización de extensas bases de datos es lo que las tic nos han heredado desde los años sesenta del siglo pasado, y el avance sustancial es que este uso se ha vuelto mucho más visual en los últimos veinte años. Éste es el punto de partida para que los proyectos de consulta de información sigan siendo los mismos y lo único que debe proyectarse es la ingeniería de la construcción de estas bases de datos y, por supuesto, darles la visibilidad que no se tenía.

Por lo tanto, la construcción de la Revista *Claro que Leo* tiene que generar los datos específicos que se necesitan para organizarla, aunque esto tampoco representa una novedad porque todas las bibliotecas usan sistemas de catalogación para organizar sus acervos. De ahí que para rebasar este nivel básico, la construcción de nuestro proyecto deberá generar para cada uno de los títulos más información, enriquecer la consulta.

Con este fin, la Revista *Claro que Leo* deberá sistematizar y observar los siguientes procesos:

Organizar los catálogos vivos de las editoriales de tal modo que sean fácilmente accesibles. Hacer posible su uso cuando se requieran, mediante un sistema de distribución especializado.

Establecer canales de difusión de la información con las comunidades específicas, contribuyendo a la creación de una fluida red de comunicación.

Organizar la información para satisfacer las necesidades culturales y complementarias para los interesados en la LIJ.

Impulsar actividades que fomenten la lectura como medio de entretenimiento y de información.

Las funciones que ha de cumplir la se basan en la existencia de un programa que tiene una labor no sólo técnica sino también pedagógica, ofreciendo a las familias todas las oportunidades para el uso adecuado de las fuentes de información y el acceso a la lectura como forma de entretenimiento y medio de enriquecimiento personal.

Así, las funciones librería digital de la literatura infantil y juvenil, serán:

- Asegurar la organización, mantenimiento y adecuada utilización de los recursos documentales y de librería.
- Difundir, entre las familias, materiales didácticos e información administrada de manera pedagógica y cultural.
- Colaborar en la planificación y el desarrollo lector familiar, favoreciendo la utilización de diferentes recursos documentales.
- Colaborar en la promoción de la lectura como medio de información, entretenimiento y ocio.
- Ser un enlace entre la librería digital de la literatura infantil y juvenil y las editoriales para que los interesados puedan adquirir materiales.

La difusión y promoción de estas colecciones se hará a través de la revista *Claro que Leo* con una estrategia asociativa entre las publicaciones disponibles en la red, que funcionará como una librería virtual, es decir, un espacio agradable, accesible, ordenado y catalogado. Aquí el lector encontrará:

- Portada digital de cada una de las obras que se ofrecen.
- Una sinopsis que incluya la ficha técnica, una síntesis y la posibilidad de revisar en línea una parte de la publicación.
- Un panorama asociativo que ayude a los lectores a encontrar a autores y textos de su gusto o interés (un servicio que le ofrezca consejos del tipo: “si ya leíste A, B y C, entonces este libro sin duda te podrá interesar”); también puede incluir reseñas sobre el texto en cuestión) Caminos de lectura.

- Una reseña a cargo de uno o varios especialistas, y actualizaciones abiertas que haga la propia comunidad y que serán previamente valoradas por un comité editorial designado.
- La posibilidad de solicitar la edición o producción de los libros que se requieran y que todavía no formen parte del catálogo de la editorial.
- Obras que se encuentran descatalogadas por las editoriales, que sean susceptibles de ser rescatadas para conformar nuestro catálogo.

Por que es importante la lectura

Tener presente a la familia como público lector para ofrecerle una posible lectura puede hacerse en dos caminos: desde los lectores, considerando las necesidades, gustos o intereses diversos de un grupo específico de público; o bien, desde el editor, que cuenta con una serie de propuestas de lecturas y que buscará lleguen a su público lector.

En el primer caso el editor tendrá que partir del análisis de ese público al cual quiere dirigirse. El proceso como la extracción de los tópicos o lugares comunes, deberá ayudar a definir ese público; por ejemplo, en el caso de nuestra propuesta, cuyo objetivo es el de “crear una editorial con un esquema de producción alternativa basada en la adaptación impresión bajo demanda, que incluya el catálogo asociativo, la edición crítica y ventanas de discusión y análisis para las propias comunidades lectoras”, estamos de entrada ante un público con intereses en la LJJ. El complejo tipo de lectura nos lleva a establecer un orden o jerarquización del tipo de lectores que necesitarían o gustarían de una edición: principalmente para las familias pero servirán también a maestros, promotores de lectura, bibliotecarios, investigadores, autores. Ilustradores, editores, para pasar a un siguiente nivel donde estarían los niños y jóvenes propios de esta literatura.

Sin embargo, más que partir de un estudio de mercado, o con mayor precisión a una etnografía de nuestras comunidades lectoras, para definir mejor a nuestro público lector, apostamos por definir sólidamente nuestra propuesta desde la perspectiva editorial, por lo cual la construcción de nuestros argumentos para llegar al público lector la haremos desde las obras mismas, los autores, los colaboradores, el estilo y el diseño.

En su primera acepción, cómplice es aquel que manifiesta o siente solidaridad o camaradería, es decir, que se adhiere o asocia a la causa o a la empresa

de otros. De manera que la primera estrategia de la Biblioteca familiar será la de adherirse a la resolución de los problemas de lectura y análisis de textos que tienen diversos ámbitos sociales. Muchas veces en estos grupos de estudio el acceso a obras específicas es complicado o propiamente imposible.

Así, el primer acercamiento será con espacios propicios para la difusión de los libros como ferias, presentaciones y eventos de promoción de la lectura para ofrecer la revista.

Esto garantizará un público más o menos cautivo: si acepta nuestra propuesta, se convertirá a su vez en cómplice nuestro, pues al tener una herramienta de consulta de las reseñas convertirá a la librería digital de la literatura infantil y juvenil en un referente. También nos puede ofrecer la forma de presupuestar y financiar el producto. De acuerdo con la extensión de la obra, los años de la primera publicación y las dimensiones del público cautivo, podemos realizar las investigaciones en cuanto a compra de derechos, costo por cambio de soporte y/o traducción, y los costos concretos de adaptación para esa obra en particular.

Se evaluarán los productos editoriales desarrollados y el panorama asociativo ofrecido en la red, por medio de la supervisión permanentemente los materiales, a fin de valorar, mejorar y retroalimentarlos. Así también, se detectará su posible impacto entre los lectores utilizando controles de descarga, visitas y comentarios de los usuarios.

Sin duda, una de las complicidades que exige mayor corresponsabilidad, transparencia y principios éticos, es la que se da cuando se levanta una sociedad con propósitos específicos e inversión financiera y material con expectativas de obtener una ganancia económica. Para lograr una planeación estratégica del sello editorial en su conjunto, así como una planeación presupuestal por cada proyecto, se deberán realizar estudios financieros y contables de todos los recursos de que se dispone. Asimismo, deberá considerarse el marco regulatorio de la industria, tanto en sus aspectos jurídicos como propiamente hacendarios.

Aspectos legales del proyecto Claro que Sí

El aspecto legal ha tenido que irse cumpliendo en varios rubros:

- Se reactivó la empresa creada lustros atrás y se hizo cambio de accionistas ante notario público, y su correspondiente inscripción en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio, asimismo se realizaron balances financieros y actas de juntas anuales para poner al día el estatus administrativo y fiscal de la empresa, quedando reactivada en el primer trimestre de 2014.
- Se realizaron los avisos de privacidad y confidencialidad
- Se elaboraron los formatos de contrato necesarios para los distintos proyectos (Ver anexo 1)
- Contrato de autorización de venta de originales de ilustradores para la empresa Claro que Sí
- Contrato de edición con autores e ilustradores
- Contrato de autorización de venta en línea de las editoriales participantes
- Contrato de autorización de venta de ejemplares de Ana Garralón en tirajes en impresión bajo demanda
- Contrato de coedición de libros de Ana Garralón
- Registro de la editorial en Indautor
- Registro de marca Claro que Sí en trámite ante el IMPI
- Registro de marca Claro que Leo. No se ha realizado es ante el IMPI.
- Será necesario obtener Certificado de Licitud y Contenido ante la Secretaría Técnica de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas ilustradas

- Registro de revista, reservas etc... *Claro que Leo*
- Registro de la editorial ante la Caniem

Manejaremos una serie de instrumentos jurídicos dependiendo de las características de los materiales que vamos a elaborar. El primero es un contrato civil, que puede entenderse como un acuerdo de voluntades entre dos o más personas físicas o morales, con capacidad jurídica, en el cual se generan derechos y obligaciones para las partes que suscriben; pueden ser unilaterales si sólo se obliga una de las partes o bilaterales si se obligan ambas. Los contratos deberán contener requisitos de forma y de fondo que marca la ley. Entre los contratos civiles que se aplicarían a un proyecto editorial específico están el de prestación de servicios profesionales (de conformidad con el Código Civil), coedición, traducción y obra por encargo, los cuales se redactan de acuerdo con la Ley Federal del Derecho de Autor y, en todos los caso, el cuerpo del contrato se estructura con tres apartados: proemio, declaraciones y cláusulas, además de las firmas autógrafas de cada una de las partes. Es conveniente, en muchos de éstos, inscribirlos en el Instituto Federal del Derecho de Autor.

Es importante recordar que por propiedad intelectual se conocen a las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias, artísticas, nombres, y se divide en propiedad industrial y derechos de autor. La propiedad industrial es la rama que se encarga de ver lo relativo a marcas, patentes, modelos de invención, denominación de origen, etc., que puede poseer una persona física o moral. En tanto el derecho de autor es aquel que protege la expresión humana, creación de obras literarias, artísticas y científicas; protege los derechos conexos de artistas, intérpretes, editores, productores. Los derechos de autor se dividen en morales y patrimoniales; los primeros son inalienables y sólo los puede poseer una persona física, los segundos pueden poseerlos personas físicas o morales.

Diseño y producción

Logo



Se diseñó la imagen de la empresa, así como el uso de colores en diferentes ejes



SERVICIOS EDITORIALES



CASA DEL ILUSTRADOR



PUBLICACIONES

Uso de imagen en tarjetas

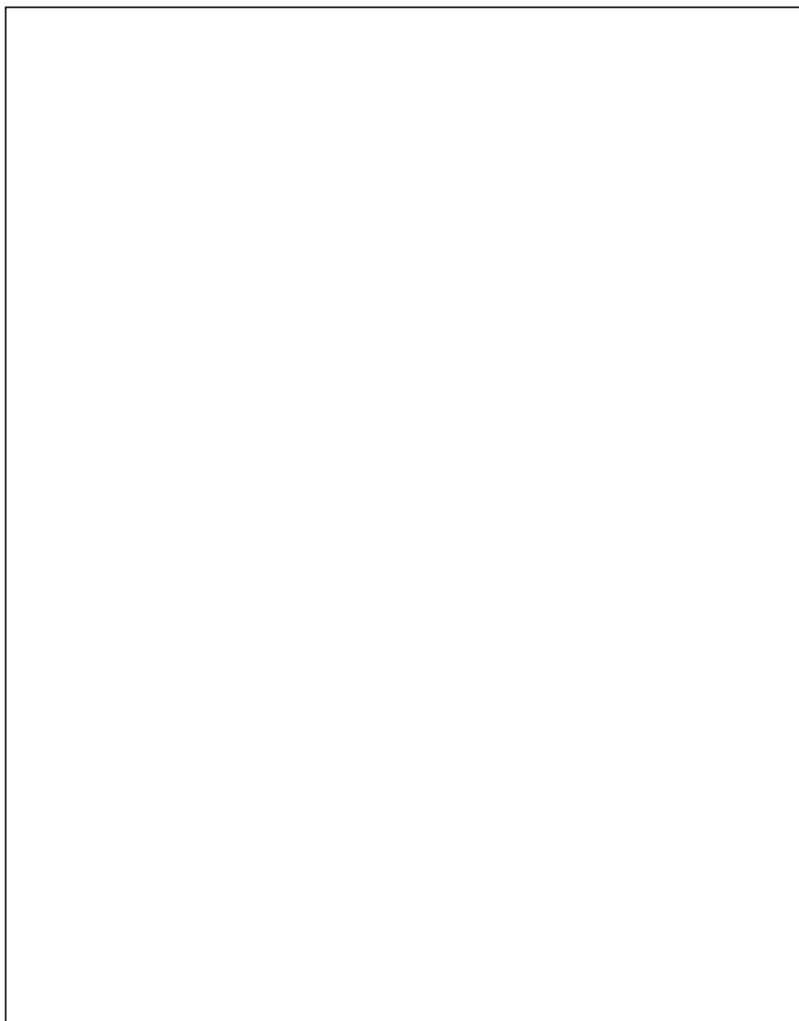


frente



vuelta

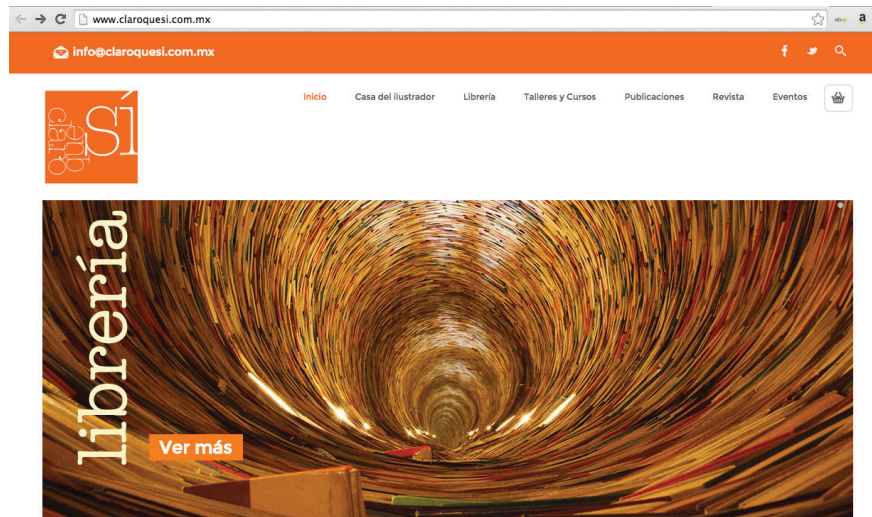
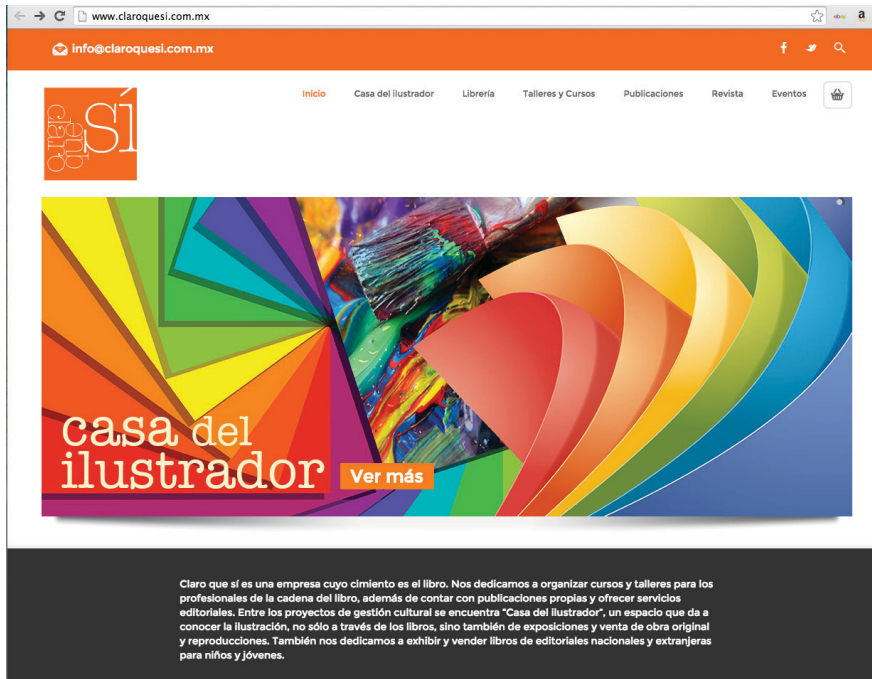
Uso de imagen en papelería



CLARO QUE SÍ, S.A. DE C.V
Calzada del Hueso 160 d- 702, col. Ex hacienda Coapa CP 04980, TEL 56582060
www.claroquesi.com.mx

Diseño web

www.claroquesi.com.mx





Estructura y diseño de la revista Claro que Leo



Ver anexo 10.

Conclusiones

Podemos decir que la propuesta general del proyecto y sus materiales están sobre la mesa y que falta poco para ponerlas en marcha. Es necesario terminar el desarrollo de la librería en línea para la que, aunque no se menciona en el trabajo precedente, se ha buscado y experimentado con muchas propuestas hasta encontrar justamente un *software* especializado en libros que se puede montar sobre la página desarrollada para el proyecto. Aunque genera un costo alto, organiza no solo la venta sino los movimientos y estatus de la producción y cuenta con la opción para reseñar los materiales y lograr la retroalimentación con los visitantes. Con este *software* se logrará consolidar los pedidos que se generen logrando gestionar mejores descuentos y operación del proyecto.

En cuanto a los materiales que están listos para su producción, habrá que sacarlos al mercado e instrumentar la evaluación de los mismos para ver cómo responden directamente con los lectores.

Estoy seguro que haber sido parte de la Maestría en Diseño y Producción Editorial, fue base fundamental para poder consolidar los conocimientos necesarios para desarrollar un proyecto editorial que basado en el análisis de la imagen y su uso en el diseño de materiales, logre consolidarse y ser un referente en el futuro.

Anexos

- Anexo 1 Contratos
- Anexo 2 Manual de estilo
- Anexo 3 *Diario gráfico* de David Lara
- Anexo 4 *Divertimentos*
- Anexo 5 *Torquay*
- Anexo 6 *Mi mamá es malévola*
- Anexo 7 El Pequeño Museo
- Anexo 8 Papelería
- Anexo 9 Web
- Anexo 10 *Claro que Leo*
- Anexo 11 Matemáticas ilustradas
- Anexo 12 Cursos y talleres

Bibliografía

- Acaso, María, *El lenguaje visual*, Madrid, Paidós, 2009.
- Aristóteles, *Retórica*, introd., trad. y notas de Arturo E. Ramírez Trejo, unam, México, 2010.
- Barthes, Roland “*Retórica de la imagen*”, en <http://www.uruguaypiensa.org.uy/imgnoticias/833.pdf>, 1970. (Consultada el 30 de junio de 2012)
- Beristáin, Helena, *Diccionario de retórica y poética*, UNAM, México, 1980.
- Blecuca, Alberto, *Manual de crítica textual*, Castalia, Madrid, 1983.
- Bringhurst, Robert, *Los elementos del estilo tipográfico. Versión 3.1*, trad. Marga Averbach, FCE/ Librería, México, 2008.
- Buen, Jorge de, *Manual de diseño editorial*, Santillana, México, 2000.
- Caballero Leal, José Luis, *Derecho de autor para autores*, Libros sobre Libros, fce, México, 2004.
- Chartier, Roger, *Cultura escrita, literatura e historia*, FCE, México, 1999.
- , “Del código a la pantalla: las trayectorias del texto”, en *Libros de México*, octubre-diciembre, 1994, núm. 37, pp. 5-16.
- Cobo Romani, Cobo y Hugo Pardo Kuklinski, *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*, UVIC, Flacso, México, 2007.
- Cole, David, *Marketing editorial: la guía*, Libros sobre Libros, FCE, México, 2003.
- Colleu, Gilles, *La edición independiente como herramienta protagónica de la biodiversidad*, La Marca Editora, Buenos Aires, 2008.
- Covarrubias, Javier, *De manuscritos y libros electrónicos*, 2a. ed., UAM-Azcapotzalco, México, 2010.
- Díaz Alejo, Ana Elena, *Manual de edición crítica de textos literarios*, Instituto de Investigaciones Filológicas, UNAM, México, 2003.
- Ducrot, Oswald, y Tzvetan Todorov, *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*, Siglo XXI, México, 1981.

- Eco, Umberto, *Lector in fabula*, Lumen, Barcelona, 1981.
- Escalante Gonzalbo, Fernando, *A la sombra de los libros: Lectura, mercado y vida pública*, El Colegio de México, México, 2007.
- Escarpit, Robert *La revolución del libro*, Alianza editorial, 1965.
- Fondo de Cultura Económica, *Prontuario de normas editoriales y tipográficas*, FCE, México, 2000-2001.
- Luvaro, Cecilia, 2007, "Retórica y comunicación visual", en *Comunicación Visual Gráfica*, 1, disponible en http://catedragrafica1.files.wordpress.com/2009/05/modulov_-retorica-ayudantia-grafica-i.pdf (Consultada el 30 de junio de 2012)
- Mazzeo, Cecilia, "Introducción a la retórica visual", en <http://www.cmazzeo.com.ar/dg/downloads/d1/retorica.pdf> (Consultada el 30 de junio de 2012.)
- Millares Carlo, Agustín, "Introducción a la historia del libro y de la biblioteca", FCE, México 1986
- Schiffrin, André, "La edición sin editores: las grandes corporaciones y la cultura" Era, México, 2001.
- Zaid, Gabriel, "Los demasiados libros", Debolsillo, México, 2010.

**LA IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS
DE LA IMAGEN Y SU USO EN EL ÁMBITO
EDITORIAL: UNA PROPUESTA DE ACCIÓN**

se termino de imprimir en los talleres

1200 +

Andorra 29-2
Colonia: Del Carmen Zacahuitzco,
México D.F.