



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

ETNOGRAFÍAS: REVISTA DIGITAL
SOBRE ETNOFOTOGRAFÍA EN MÉXICO

Tesis para obtener el grado de
Maestra en Producción Editorial

Presenta
Lic. Greta Valentina Gómez Camacho

Directora de tesis
Dra. Lydia Elizalde y Valdés

México, septiembre, 2018

La Maestría en Producción Editorial (MPE) está acreditada en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt).

Agradezco a Conacyt como patrocinador del proyecto realizado durante el programa de estudio de la maestría durante el periodo 2016-2018.

Agradezco enormemente a todos los que han creído en mí. Primero a mi familia, sin ellos estaría incompleta. Mis profesores me han impulsado a alcanzar lo imposible, ya sea con sus palabras de aliento o con sus regaños. Mis zánganos siempre estuvieron ahí para darme ánimos, reír en aulas o fuera de ellas, o reprenderme cuando lo necesité. Zazi siempre fue un apoyo incondicional. Mis asesores y lectores me auxiliaron con su experiencia en las sugerencias. Mi directora de tesis no me dejó sola nunca, me reconfortaba su guía. Los colaboradores de mi revista fueron un estímulo en todo el proceso para seguir trabajando; los lectores de *Etnografías* me impidieron rendirme. Mis amigos siempre estuvieron felices de mi crecimiento y *Mente* ha dejado a un lado sus sueños por un tiempo, con tal de abonar en los míos.

Gracias a todos y cada uno.

La música no se detendrá...

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
DESCRIPCIÓN	11
Otros números	13
¿POR QUÉ SE LLAMA <i>ETNOGRAFÍAS</i>?	15
OBJETIVOS	17
ESTRATEGIA POLÍTICO-CULTURAL	17
Lector	18
Colaboradores	19
Sondeo de mercado	20
Revistas internacionales de antropología	22
Revistas nacionales de antropología	23
Revistas de fotografía	24
Difusión y distribución	27
Contenido y estructura	29
PLANEACIÓN TÉCNICO-ORGANIZATIVA	32
Equipo y responsabilidades	37
Cronograma	39
Proyecto	39
Número Cero	41
DISEÑO EDITORIAL	43
Imagotipo	49
Soporte digital	53
Retícula	56
Tipografía	63

Portada	65
Página web	66
ESTRATEGIA ECONÓMICA	69
Cálculo editorial	70
Publicidad digital	73
Publicidad tradicional	77
DERECHOS EDITORIALES	80
Propiedad intelectual	80
Derechos de autor	80
Registro	83
Licencia Creative Commons (CC)	84
ANEXOS	86
OBRAS CITADAS	94
MANUAL DE ESTILO	

INTRODUCCIÓN

“El propósito de la antropología es hacer del mundo un lugar seguro para las diferencias humanas”.

Ruth Benedict
(Antropóloga estadounidense)

El siguiente trabajo presenta la elaboración de un proyecto editorial desde su planeación hasta la publicación del producto. En este caso la creación de una revista digital de fotografía antropológica documental.

La elaboración de dicho producto es pertinente debido a que en años anteriores, las ciencias sociales y las humanidades en México se han quedado atrás en cuanto al uso de las nuevas tecnologías por enfocarse en otras disciplinas o áreas de estudio. Sin embargo, en estos últimos tiempos se ha hecho indispensable el uso de éstas por la cantidad de personas que ingresa a los medios digitales y extraen información de la red.

La antropología¹, sobre todo la antropología visual, se ha ido

¹ Antropología: del griego *anthropos* (hombre o humano) y *logos* (conocimiento). Ciencia integradora que estudia al hombre en el contexto cultural y social del que forma parte. Analiza el origen del ser humano, su desarrollo como especie social, los cambios en sus conductas y la manera en que las produce, según el paso del tiempo (wiki citado en Gutiérrez, s.f.).

“La antropología es el estudio de la humanidad, de los pueblos antiguos y modernos y de sus estilos de vida” (Harris, 2006).

Etnografía: método utilizado por los antropólogos para describir las costumbres y tradiciones de un grupo humano. Contribuye a conocer la identidad de una cultura humana que se desenvuelve en un ámbito sociocultural concreto. La etnografía recurre a la observación participante durante un periodo de tiempo en el que se encuentra en contacto directo con el grupo a estudiar, asumiendo un rol activo en las actividades cotidianas de la comunidad (wiki citado en Gutiérrez). De esta manera, entendemos a la etnografía como la observación del comportamiento habitual de las sociedades.

extendiendo en México y Latinoamérica en estos últimos años. Anteriormente, diversas instituciones como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), la Universidad Iberoamericana (Ibero), el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (Ciesas), la Escuela Nacional de Antropología e Historia (ENAH), entre otras, se han dado la tarea de formar a antropólogos. Además, ya son más de 70 años de la creación del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). A la par, para la difusión de los temas antropológicos, han emanado distintas publicaciones como *Cuicuilco*, *Desacatos*, *Anales de antropología* y *Dimensión antropológica*. En nuestro país la disciplina sigue creciendo –aunque ha tenido sus declives–. Esto puede percibirse con el surgimiento de nuevas carreras como la Licenciatura en Antropología Social (véase <http://oferta.unam.mx/carreras/106/antropologia>) de la UNAM o la creación de nuevas publicaciones, como la revista digital del Posgrado de Antropología Social de la UNAM: *Ruta Antropológica*; no obstante, su difusión ha sido lenta y dirigida hacia un público cerrado y especializado, que no es suficiente para la cantidad de lectores que hay en esta era tecnológica.

Por ser una ciencia compleja, acercar la antropología al conjunto de la sociedad no es una tarea sencilla. Si bien la población en general no está sensibilizada sobre estos temas, el conocimiento sobre esta disciplina es una herramienta básica para el entendimiento humano y sus relaciones. De esta manera, surgió la idea de crear una

publicación de divulgación², que pueda acercarse a un público diverso, aproximarse al lector que no conoce estas temáticas y hacer accesible el conocimiento a más usuarios de diferentes áreas.

Por medio de la etnofotografía³, la información difícil, compleja y polémica, puede presentarse de forma sencilla para que el lector conozca nueva información, la entienda y reconozca de lo que se habla; por ejemplo, las imágenes de los desastres naturales como el sismo de 1985 y del 2017, que significó un reordenamiento en la vida nacional y la organización de un pueblo empático; el levantamiento zapatista, movimiento que subrayó la necesidad de emancipar a los pueblos indígenas; o la caída del muro de Berlín, símbolo de libertad; entre otros... estas imágenes sobre acontecimientos históricos, políticos, sociales, culturales y económicos han quedado plasmadas en la memoria colectiva hasta nuestra época por medio de imágenes que integran textos de análisis.

Por lo tanto, retratar estas imágenes en una publicación periódica por medio de la fotografía etnográfica⁴ le permite a un receptor

² Divulgar, del latín divulgare de acuerdo con la Real Academia Española (RAE) significa: publicar, extender, poner al alcance del público algo. Es decir, “divulgar el conocimiento científico y técnico, comunicar temas de ciencia y cultura al público general, de una manera comprensible y amena, con claridad, amplitud y responsabilidad” (wiki citado en “Ejecución de las penas”, 2014).

³ Según el fotógrafo y etnógrafo Pierre Verger, es una disciplina que se propone definir, precisar y aplicar las reglas más rigurosas al uso de la fotografía en las ciencias humanas (Garrigues, 2008).

⁴ Etnografía: método utilizado por los antropólogos para describir las costumbres y tradiciones de un grupo humano. Contribuye a conocer la identidad de una cultura humana que se desenvuelve en un ámbito sociocultural concreto. La etnografía recurre a la observación participante durante un periodo de tiempo en el que se encuentra en contacto directo con el grupo a estudiar, asumiendo un rol activo en las actividades cotidianas de la comunidad

reflexionar, así como obtener las herramientas y generar los conocimientos necesarios para comprender la realidad de los otros y despertar un interés. Observar a través del lente puede ayudar a representar por medio de las imágenes las problemáticas sociales y analizarlas para lograr un diálogo con otros lectores, atraer su atención y crear nuevos espacios de discusión. De este modo las fotografías “son como artefactos socialmente construidos que nos cuentan algo sobre la cultura reflejada” (Ruby *cit.* en Brisset, 2010).

Para el antropólogo James Clifford la etnografía es pensar y escribir sobre una cultura desde el punto de vista de la observación participante; “la etnografía es la interpretación de las culturas”. Precisamente “es el trabajo de campo lo que sigue siendo un método inusualmente sensitivo. La observación participante obliga a sus practicantes a experimentar”. Como método de investigación antropológica, el etnógrafo a fines del siglo XIX, era el “descriptor-traductor de costumbres y el constructor de teorías generales sobre la humanidad”. Para él, Bronislaw Malinowski dio la pauta para la nueva imagen del antropólogo como un “infiltrado junto al fuego de la aldea, observando, escuchando y haciendo preguntas...”. Esta nueva etnografía se basó en la interpretación ligada a la descripción, hacia la focalización de una temática (Clifford, 1988 y 1997).

Algunos consideran que las investigaciones etnográficas son un punto de partida que brindan la oportunidad de acercarse a la realidad de un individuo o un grupo de individuos con el objetivo de

(wiki citado en Gutiérrez). De esta manera, entendemos a la etnografía como la observación del comportamiento habitual de las sociedades.

obtener información acerca de su modo de vida, su comportamiento, sus creencias, motivaciones, perspectivas, y cómo estos varían en diferentes momentos y circunstancias (Martínez, 1994). De este modo, se puede acceder e interpretar al otro por medio de las historias orales, las historias de vida o los estudios de caso, a la vez de aportar información cultural valiosa. Sin embargo, esto depende de la mirada del investigador y sus objetivos, así como sus metodologías. Esta controversia es esencial para la creación de la revista, pues en esta publicación lo que se busca es representar a la “otredad”, a través de los trabajos publicados, no como un ente dominado, colonizado, apropiado, hecho a la medida de la hegemonía cultural, sino se pretende dar una visión contraria (véase concepto de “orientalismo” de Said, 2007).

Por todo ello, *Etnografías* también pretende interrelacionar distintas disciplinas, abordadas desde este mismo enfoque: el etnográfico. Por consiguiente, la revista no solamente se integrará de fotografías, sino también de textos cortos que sumen información para formar lectores analíticos, conscientes y críticos.

DESCRIPCIÓN

Etnografías es una revista digital de divulgación que se publica cada seis meses en números monográficos.

Su difusión principalmente es a través de redes sociales: Facebook y Twitter, para llegar al público lector pretendido (de 18 a 40 años de edad; consumidores digitales).

Es digital debido al alcance que se pretende obtener: llegar a más nichos de mercado, además de los interesados en temas culturales y artísticos.

La revista se aloja en una página web (**etnografias.com.mx**), para que pueda descargarse y visualizarse en PDF y en *ePub* fijo 3.0.

Sus contenidos giran en torno a dos líneas de acción: lo visual (fotografía, dibujo, caricatura, pintura, intervención artística) y textual (ensayo, cuento, poesía, reportaje etnográfico, crónica, entre otros géneros).

Los textos publicados son cortos y con lenguaje sencillo y comprensible, ya que se prioriza lo visual, no obstante, la estructura e idea están en consonancia (Lotman, 2005). Se plantean números monográficos que reflejen problemáticas sociales actuales, temas que serán aprobados por el Consejo Editorial de esta publicación. Por lo que el lenguaje también debe estar sujeto al contexto sociohistórico en el momento en que se publican las obras.

Desde *Etnografías* se invita al análisis centrado en este método de investigación documental desde la perspectiva crítica: la etnografía. Por lo tanto, los temas presentados en los números monográficos serán acerca de temas sociales relevantes que estimulen a los colaboradores a escribir y a los lectores a leerla.

El número cero aborda la temática de artistas callejeros debido a la forma en la que estos grupos se insertan en la realidad y en la cultura —dentro de su modo de vida o rol social—, construyendo su propia identidad, revalorizando y enfrentándose a lo conocido, lo creado, lo constituido, obteniendo un nuevo paradigma en contraposición con

lo establecido. Entendemos esto como lo contrario a lo propuesto por la élite, es decir un “subalterno” que posee una política de oposición, específicamente a grupos sin voz como mujeres, grupos étnicos oprimidos, campesinos, proletariado, etc. (Spivak, 2003).

El arte callejero se caracteriza por hacer una crítica al entorno, el cual está envuelto en diversas problemáticas: desempleo, violencia, falta de oportunidades, represión, entre otras. Por lo que el valor de sus trabajos es de importancia al incluir nuevos campos de conocimientos y nuevas formas de intervenir en otros espacios.

Otros números

Los criterios para la selección de temas son acorde a la actualidad, relevancia, novedad y si son temáticas subalternas. Entre otras temáticas que podrían publicarse en *Etnografías*, se encuentran las siguientes:

1. Lacandones. Se mostrará al público lector la manera en como viven actualmente los lacandones, en comparación a como la sociedad los percibe todavía.
2. Mujeres en trabajos inusuales por su género. Aquí se pretende mostrar las formas en que muchas mujeres se emplean de manera informal, laborando en lugares poco comunes para su propio género, trabajos tales como: las albañiles; las diableras en mercados; las carpinteras; las limpiaparabrisas, las coyotes o polleras quienes trasladan migrantes, entre otros oficios y trabajos.

3. Habitantes de predios irregulares. Con este tema, se mostrará la situación que tienen las personas que viven en la calle: ya sean los llamados paracaidistas, vagabundos, entre otros, y las problemáticas que conlleva este fenómeno.
4. Raiteros Cuernavaca-CDMX. Se precisará en la manera como las personas se transportan de la Ciudad de México a Cuernavaca y de Cuernavaca a la Ciudad de México, de la forma más barata que existe: atravesando distintas situaciones que hacen peligrar incluso la vida de las personas.
5. Niños diableros. Se retratará la vida de los niños que trabajan como diableros en los distintos mercados de México, mostrando su forma de vida y convivencia en estos lugares.
6. Mujeres migrantes. Se mostrarán los distintos lugares de tránsito que se frecuentan en el desplazamiento de las mujeres migrantes y cómo éstas enfrentan las circunstancias.
7. Fanatismos. Tratará de manera analítica y objetiva el estudio de los distintos fanatismos hacia diversos fenómenos, como pueden ser los seguidores del fútbol, simpatizantes o militantes de algunas agrupaciones políticas, religiosos o fanáticos de artistas.
8. Expresiones culturales en el cabello. Se concentrará en los hechos históricos que conllevan a un grupo social llevar de un modo distinto el cabello, es decir, cómo se lo arregla cada grupo y qué significa para cada uno de estos. Ejemplo: la mohicana de los *punks*, las rastas o *dread locks* de los *rastaman* o el por qué

en algunas religiones se lo cubren, etcétera.

9. Productores independientes del chocolate/cacao. Se seguirá todo el proceso que llevan a cabo los productores del cacao para crear chocolate y qué procesos culturales involucra este proceso.
10. El pulque en la era contemporánea. Se convocará a los trabajos que muestren el proceso del pulque desde su producción hasta la distribución del mismo.

¿POR QUÉ SE LLAMA *ETNOGRAFÍAS*?

La decisión para nombrar una marca o el nombre de una empresa, en este caso de la revista no fue una tarea sencilla, requiere de un cuidado para expresar de manera clara su contenido. Por ello, se decidió denominar a la publicación: *Etnografías*, debido a que es el eje central de los trabajos que se incluyen en la publicación.

Desde su etimología griega *ethnos* “pueblo, tribu” y *grapho* “trazo, escrito”, su significado puede traducirse como “descripción del pueblo”, o en términos actuales “descripción del modo de vida de un grupo de individuos”, “descripción de una cultura”, “escritura etnológica” o “descripción de la etnia”.

Rodríguez Gómez *et al.* (2009) define a la investigación etnográfica como “el método por el que se aprende un modo de vida de una unidad social concreta, es decir, de una familia, una clase social, etc.”, para lo que es necesario llevar a cabo una observación directa hacia lo estudiado con el fin de recoger registros que ayuden a explicar los procesos desde la experiencia.

Bronislaw Malinowski (quien es llamado el padre de la antropología social británica y de la etnografía) llevaba a cabo el siguiente proceso etnográfico –en términos generales– en sus trabajos antropológicos en el siglo XX: (1) Convivir durante un periodo de tiempo con el grupo estudiado. (2) Enfocar la investigación en temas específicos. (3) Estudiar la vida presente del grupo social estudiado. (4) Aprender la lengua, habla, dialecto o forma de comunicación del grupo. (5) Incrementar el número de observaciones de la vida cotidiana y su forma de organización. (6) Cambiar el estilo de escribir los informes (teoría y práctica). “El trabajo de campo que proponía Malinowski, requería [...] que uno viviera todo el tiempo en la aldea, aprendiera la lengua de sus habitantes y se transformara de modo activo en un participante-observador serio” (Clifford, 1997).

Del Rincón (1995) “establece que la investigación etnográfica describe los fenómenos sociales a partir del punto de vista de los participantes, viendo ‘desde dentro’ la perspectiva del contexto social, lo que le permite al investigador tener un conocimiento interno de la vida social. El etnógrafo vive en primera persona la realidad del grupo social estudiado”.

De esta forma, el título de esta publicación representa el tipo de contenido de los trabajos que se van a publicar, así como el público lector al que va dirigida. Permite identificar qué es lo que va a encontrar el lector; como lo dice el nombre: las diferentes maneras de hacer etnografía de los investigadores/trabajos presentados.

No obstante, los artículos o imágenes aquí publicadas tomarán

estos métodos para utilizarlo para una escritura etnográfica que se verá reflejada en estos trabajos.

En cuanto al subtítulo de la revista, éste refuerza la idea de que no solamente se aceptarán trabajos visuales, sino que además se presentarán trabajos actuales desde diferentes perspectivas, que se analizarán de acuerdo con las distintas maneras de hacer etnografía desde múltiples ámbitos: las artes visuales (fotografía, dibujo, caricatura, pintura, intervención artística), la literatura y otros textos (ensayo, cuento, poesía, reportaje).

OBJETIVOS

General. Sensibilizar a lectores a través de la divulgación de una publicación periódica de carácter etnográfico

Particular. Acercar al público lector por medio del soporte digital y las redes sociales hacia temáticas con perspectiva etnográfica

ESTRATEGIA POLÍTICO-CULTURAL

La revista *Etnografías* es una publicación digital gratuita. Conforme a ello, la finalidad es transmitir el conocimiento cultural a las distintas generaciones interesadas sobre las temáticas actuales.

A través del material visual, se pretende sensibilizar a los lectores con respecto a fenómenos complejos relacionados con lo social y antropológico, así como fomentar entre los jóvenes y adultos el interés de publicar sus investigaciones o proyectos en diversos espacios de divulgación.

Para establecer esta estrategia, se profundizará en el análisis de los lectores, de los colaboradores, del contenido, del diseño, del sondeo de mercado y de la distribución y difusión.

Lector

Los lectores de esta revista son receptores de entre 18 a 40 años de edad, quienes tienen necesidades y demandas particulares. Una de ellas es que son consumidores digitales, ya que su forma de vida se desplaza a través de las redes. Sus relaciones cotidianas se forman en ese medio, por lo que también sus intereses están allí. Por lo tanto, los contenidos creados en esta publicación versan sobre temas específicos que interesan a los tipos de lectores con conocimientos básicos de lo que encontrarán en las publicaciones de la revista. La mayoría de los interesados serán antropólogos, sociólogos, psicólogos o profesionales afines, sin embargo, habrá números monográficos con distintas temáticas que se acercarán a otro tipo de lector, pero principalmente a lo que más se aproxima es a personas interesadas en viajes, comida tradicional y exótica, montañismo y deportes extremos, lenguas, entre otras actividades. Se pueden acercar los antropólogos de diversas áreas, fotógrafos, artistas, fotoperiodistas, caricaturistas, trabajadores, es decir, público en general que esté interesado en las temáticas establecidas en la publicación por cada número monográfico.

Por lo tanto, la revista debe contener un lenguaje claro, conciso, sencillo y veraz. Esto dará apertura a diferentes tipos de lectores, quienes no necesitarán de grandes sumas de dinero para adquirir la publicación (*véase* Estrategia económica), ya que ésta es gratuita, ni de

vastos conocimientos en los temas. Es decir, el objetivo principal de la publicación es acercarse a más público lector del que tendría cualquier revista de antropología o fotografía documental digital.

Colaboradores

Para cada número, se publicará una convocatoria en redes sociales que invite a escritores, investigadores en formación, profesores, estudiantes y artistas a proponer trabajos enfocados en la etnografía. El Consejo Editorial, que se conforma de investigadores, profesores y personas que colaboran en la revista constantemente y se especializa en los temas que trata la publicación, seleccionará las obras más apegadas a la línea editorial de la revista, lo cual estará estipulado en cada convocatoria.

Para los textos escritos se convoca a antropólogos, poetas, periodistas o escritores que se basen en la etnografía al escribir sus propuestas.

Para las fotografías se considera a fotógrafos con trayectoria o quienes tengan previos conocimientos, tanto de la etnografía como de las técnicas fotográficas.

Para el arte, se seleccionará a los artistas más innovadores que lleven a cabo sus obras basadas en la etnografía. Todo lo relacionado a este punto se podrá evaluar de acuerdo a qué representa, comunica y transforma con relación al tema monográfico de la publicación. No obstante, se privilegiarán trabajos que sean críticos hacia el *establishment*.

Por ser una publicación de divulgación cultural, el lenguaje utilizado por los colaboradores será sencillo, sin desmeritar el rigor metodológico.

Sondeo de mercado

En este apartado se explicará la investigación de mercado que se realizó en la primera etapa del proyecto para conocer las distintas publicaciones similares al producto deseado.

Para ello, se visitaron distintos puntos de venta, redes sociales, sitios web y librerías, lugares que contienen un gran número de publicaciones periódicas actuales.

Por consiguiente se presentan las revistas que tienen características que se asemejan al proyecto, pero también sus diferencias.

Comparativa de publicaciones			
<i>Publicaciones</i>	<i>Características</i>		<i>Periodo</i>
Revistas internacionales de antropología			
<i>Antípoda</i> (2005-a la fecha)	Dos soportes disponibles/ Cuidado editorial/ Temáticas originales	Especializada	Cuatrimestral
<i>Etnografías Contemporáneas</i> (2005-a la fecha)	Temáticas originales/ Dos soportes disponibles (PDF y HTML)	Especializada/ Poca difusión/ Poca accesibilidad	Semestral

Revistas nacionales de antropología			
<i>Ruta Antropológica</i> (2014-a la fecha)	Temáticas/ Accesibilidad en PDF	Amplia periodicidad/ Especialización/ Escasa difusión/ Diseño novedoso	Semestral
<i>Tlachia</i> (2010-2012)	Sitio web accesible/ Temáticas originales	Académica/ Pocos números/Poco seguimiento/ Diseño	Variable
Revistas nacionales de fotografía			
<i>DNG</i> (2006-a la fecha)	Cuidado editorial/ Accesibilidad/ Público lector internacional/ Seguidores en España/ Impresa	Temática comercial	Mensual
<i>RGB</i> (2011-a la fecha)	Cuidado editorial/Dos soportes	Poca interactividad	Bimestral
<i>Cuartoscuro</i> (1986-a la fecha)	Viual/Cuidado editorial	Temáticas poco originales/Sitio web complicado	Bimestral
<i>Luna Córnea</i> (1992-2014)	Bilingüe/PDF interactivo/ Tamática/ Cuidado editorial/ Formato	Amplia periodicidad/ Paginación/Ya no se publica	Anual
Otras diferencias relevantes para la publicación			

Divulgación	Lenguaje conciso/ Temáticas complejas explicadas de forma sencilla/Grupo de lectores amplio	Poca accesibilidad	Variable (más frecuencia)
Difusión	Temáticas especializadas para profesionales	Grupo restringido de lectores con conocimientos previos	Variable (menos frecuencia)
Digital	Interactividad	Cambio constante**/ Poca difusión	Variable

** La aparición de tecnologías de punta, crea otras posibilidades exclusivas para publicar, sin embargo esta característica también puede ser conveniente para las distintas innovaciones que pudieran agregarse a otro tipo de publicaciones.

A continuación, se analizan las características de cada una de las publicaciones enlistadas en la tabla, en comparación con el enfoque y las características de *Etnografías*.

Revistas internacionales de antropología

Antípoda se publica cada cuatro meses de manera digital e impresa. Sus principales temáticas son dedicadas a la antropología y a la arqueología. Es una revista académica que se edita en la Facultad de Ciencias Sociales de Colombia. Su diseño





editorial está muy bien cuidado, pero sus temas son sumamente especializados y dirigidos a un público con conocimientos académicos en la antropología. La característica que más se asemeja al producto que se quiere alcanzar, es el formato digital en que se publica. Al tener un PDF y al mismo tiempo los trabajos alojados en la página web, el usuario tiene más oportunidad de acceder a la publicación.

Antípoda podría tener más difusión si tuviera redes sociales. Etnografías contemporáneas es editada por la Universidad de San Martín, Argentina, por lo que –del mismo modo que Antípoda– también es una revista académica, con un lector totalmente especializado en temas de antropología. Su difusión es gratuita, por lo que cualquiera puede visitar su página web, sin embargo la conceptualización de sus temas dificulta la apertura hacia todo tipo de público. Tampoco cuenta con redes sociales.

Revistas nacionales de antropología

La revista electrónica Ruta Antropológica, tiene logotipo creativo. Se distribuye en la red cada seis meses y es editada desde el posgrado de Antropología Social de la Universidad Nacional Autónoma de México. Sus temas, al igual que Antípoda, son especializados, a pesar que en gran parte se dedica a la rama



de la antropología: la antropología visual. Su diseño editorial también es cuidado, pero la parte de antropología visual es abordada desde la teoría, dejando de lado la imagen visual. Del mismo modo que Antípoda, su público lector es especializado. Es de las pocas revistas mexicanas que han abordado este tema, pero al mismo tiempo es una revista monográfica que lleva pocos números. A pesar de ser gratuita y de contar con redes sociales, su difusión ha sido deficiente, pues quienes la conocen son sólo los interesados en temas de antropología visual. Además, su edición en PDF limita la exploración y discusión de los temas presentados. Para encontrarla en la red, se debe tener un previo conocimiento de ella.

Tlachia es una revista digital de estudiantes de la Universidad Autónoma Metropolitana, con una propuesta novedosa. Fue de las primeras que me impulsó para crear una publicación de antropología visual. Sin embargo, detuvo su publicación en el año 2012; sólo duró dos años. El acceso de la revista fue totalmente abierto, pero su difusión fue escasa.

Revistas de fotografía

DNG es una revista que primero se editó impresa y ahora electrónica. Es de divulgación



de trabajos fotográficos profesionales y amateurs. Todos sus temas están relacionados con la fotografía. Su giro es comercial, por lo que también cuenta con publicidad sobre equipos fotográficos y empresas privadas. Sin embargo, sus temáticas tienen que ver con técnicas fotográficas o equipos fotográficos solamente.

RGB se dedica al arte visual y al arte contemporáneo. Es una revista independiente que ha logrado mantener a su público lector especialista en estos temas. No obstante, tampoco tiene gran presencia en las redes.



Cuartoscuro lleva muchos años en el mercado. Se ha mantenido, a pesar de los cambios tecnológicos. Su difusión ha sido de suma importancia. Para la mayoría de los fotoperiodistas, esta publicación sirve de modelo para sus trabajos.

Luna Córnea es la revista que más se asemeja al producto editorial que quiere ser *Etnografías*. El contenido en su mayoría es visual y sus temáticas abordan fenómenos sociales, artísticos y humanos complejos. Sin embargo, por ser editada por el Centro de la Imagen se le da preferencia a todo lo relacionado con la fotografía.



Todas las revistas de fotografía revisadas cuentan con redes sociales, lo que es un gran apoyo para la difusión de sus publicaciones. En general estas revistas cuentan con varias ediciones. La mayoría de ellas son comerciales y son vendidas a altos precios al consumidor, pues tienen bien definido su público lector: son especialmente dirigidas hacia conocedores de la fotografía.



Su diseño es atractivo y, aunque algunas tienen soporte digital, todas tienen soporte impreso. El soporte digital sólo es para llegar a más lectores, pero no tienen sitios web dinámicas o blogs que atraigan a más lectores que no sean amantes de la fotografía, ya que son complejas y algunas con suscripciones que disgustan a los lectores.

En cuanto a estas publicaciones visuales, podemos encontrar de distintos tipos. Entre ellas se encuentran las publicaciones de fotografía documental que retratan situaciones culturales, el fotoperiodismo que sirve como apoyo de las noticias escritas –informa– y las fotografías de la vida cotidiana que tienen que ver con formas de vida de los individuos. De entre todas ellas, *Etnografías* busca retratar cada uno de estos aspectos, con base en la perspectiva etnográfica, la cual crea sentido.

Como se puede notar, en general la antropología visual, disciplina que comprende la etnofotografía, es un campo emergente en nuestro país y

Latinoamérica (Zamorano, 2012). Por consiguiente, las publicaciones que existen en México sobre esa disciplina son pocas y con escasa difusión.

Sin embargo, el enfoque etnofotográfico en una publicación periódica no está abordado, lo que podría ser de avance para la divulgación de estos temas. Su difusión en los medios digitales es fundamental debido al amplio espectro hacia un público lector que pudiera estar interesado. Por ello, es indispensable utilizar un lenguaje menos especializado que sea más accesible para otros lectores con poco conocimiento en temas sociales y antropológicos. Del mismo modo, abre una brecha hacia las demás disciplinas que utilizan el método etnográfico en sus trabajos.

Difusión y distribución

Por ser una revista digital, la difusión primeramente es a través de la web y en las redes sociales.

A los lectores y colaboradores, se les proveerá la información de las convocatorias y sobre las nuevas publicaciones a través de la página web y las redes sociales como Facebook y Twitter. Cada vez más escritores, profesionistas y artistas se encuentran trabajando y publicando sus obras en las redes.

A través de un link que remita a la página, los lectores podrán visualizar la publicación a través del ePub y PDF. Una constante campaña digital será efectiva para llegar al público lector pretendido. Por medio de publicidad con *banners*, *mailings* y atención continua en las redes sociales, su difusión se dará con más fuerza.

Los lectores podrán descargar y visualizar la revista en formato PDF y en ePub, esto para llegar a más público lector con distintos modos de leer la revista, de acuerdo con sus propios intereses y gustos.

No obstante, posteriormente se hará la distribución por medio de tarjetas postales, promocionando la presencia de la revista en congresos y coloquios, en ferias de libros, en presentaciones y en exposiciones, estrategia que va orientada para una mayor propagación. Las tarjetas contienen el código QR, el link de la página web y de las redes sociales que remiten a la publicación digital.

El objetivo de usar las redes sociales es dar a conocer la publicación, fidelizar al lector y sobre todo incentivar la descarga de la revista; para poder lograr estos objetivos los contenidos de Facebook serán en su mayoría imágenes, notas y videos, ya que al ser una revista de etnofotografía, las fotografías logran 86% del total de interacciones (Forbes, 2014). El siguiente esquema ejemplifica la ruta de difusión y distribución de la publicación.

Tarjetas postales ► Redes sociales ► Página web
► Descarga o visualización en PDF y ePub

De tal manera el flujo de distribución-difusión puede comenzar en la distribución de las tarjetas (que se distribuirán en ferias, eventos afines a las temáticas de la revista, exposiciones, entre otros) o con la difusión en las redes sociales. Es decir, los consumidores podrían conocer la publicación por medio de las redes sociales, a través de las tarjetas o de las dos formas.

A pesar de la periodicidad semestral, constantemente se publicarán en las redes sociales noticias con respecto a temas culturales y afines, con el fin de mantener al lector interesado y actualizado. Esto también se verá reflejado en la página web para que el lector desde el sitio pueda visualizar no solamente la revista digital en los dos soportes, sino también lo que pasa en tiempo real en las redes sociales.

Contenido y estructura

El número cero se conforma, desde su edición, de la siguiente manera. Los números subsiguientes se presentarán con una formación similar.

Primeras páginas:

Portada

Publicidad *ad hoc*. Contenido sobre temáticas socioculturales (+/-5 páginas)

Consejo Editorial (1/2 página)

Colaboradores (1/2 página)

Presentación de publicación (1/2 o 1 página)

Editorial (estará escrita por el editor, algún integrante del Consejo Editorial o algún colaborador con respecto a la temática del número monográfico) (1/2 o 1 página)

Las secciones de la revista tendrán el siguiente orden para la formación de un público lector que esté interesado en materiales visuales y textos escritos desde el enfoque etnográfico: el 60% de la

revista contendrá material visual, el 30% será texto y el 10% destinado a la publicidad y primeras páginas. Su denominación corresponde con conceptos utilizados en las diversas disciplinas propuestas, así como en relación con los géneros publicados. Los trabajos entregados en cada una de las secciones serán de artistas, estudiantes, profesores o propuestas recientes, de acuerdo con los requerimientos de cada sección. La selección de trabajos será por parte del Consejo Editorial de la revista, y a través de la convocatoria. Todas las secciones estarán escritas por colaboradores de *Etnografías*.

La sección de *Semblanzas* tratará sobre un personaje (o personajes) importante para la temática de la revista, puede ser una entrevista escrita, una semblanza de autor o de un personaje relevante, que llame la atención del lector. Asimismo, constará de fotografías que ilustren la sección. (10 páginas).

Perspectivas pueden ser reportajes etnográficos y trabajos teóricos como ensayos (texto con más profundidad de la publicación), que sean propuestas recientes de autores que reflexionen a través de la etnografía: fenómenos sociales que interesen a los lectores y que evidencien otros aspectos humanos. (13 páginas).

Mapeos está dedicada al arte etnográfico⁵ mexicano; puede ser una

⁵ El artista como antropólogo hace suyo el mundo real, propicia la comprensión cultural y genera una reflexión social (Gutiérrez). Una teoría pasa a formar parte de la experiencia vivida, se experimenta en el mundo físico y conlleva a una contemplación reflexiva. En el mismo ensayo de Medina Gutiérrez, cita a la profesora Ana María Guasch para decir que: “El artista se interesa por los lugares, las identidades locales, y sobre todo por la narratividad en detrimento de lo estético-formal, lo cual lo lleva a practicar un trabajo interdisciplinar, no solo en las técnicas aportadas (fotografía, video, audiovisual, media, escultura, objeto), sino también, en la forma de pensar, de plantear en cada momento nuevos puntos teóricos que aporten

sección escrita o visual; dentro de Mapeos, se mostrarán los trabajos pictóricos, escultóricos, performáticos, muralísticos, de dibujo o de instalaciones que se acerquen desde la etnografía a la temática preestablecida en la publicación. Hay diversos autores que ya han explorado este campo, como Betsabée Romero, Francis Alÿs, Allan Sekula, Santiago Sierra, Federico Gama, entre otros. (5 páginas).

Galería. Esta sección es la más destacada. Será la parte central de la revista, por lo que se le dedicarán más páginas, enfocadas a la etnofotografía. El formato en esta sección dará más resalte a lo visual, por lo que las fotografías serán de más tamaño que en las otras secciones.

Asimismo, esta sección se subdividirá en otras secciones para el número cero, que pueden ser: Música, Grafiti, Danza, Arte circense; esto dependiendo de la proporción de trabajos que se obtengan en cada una de las subsecciones. (40 páginas divididas en subsecciones).

Global. Esta sección será itinerante, de acuerdo con la cantidad de trabajos que se obtengan. La temática estará relacionada con el número monográfico de la revista y será un trabajo integrado por texto o imágenes de distintas partes del mundo. (2 a 3 páginas).

Oralidad. Esta última sección es la más corta de los textos escritos. Se trata de cerrar la publicación con temas literarios, como: cuento (tema de aprendizaje), mito (sobre alguna cosmovisión) o poesía (descrita a partir de la observación). En cuanto a estos temas, se le dará preferencia a quienes se acerquen a describir la realidad desde el discurso etnográfico literario. (2 páginas).

resultados dinámicos. Que hagan salir al espectador de un sueño impasible, casi como una nueva forma de activismo cultural”.

Por ejemplo, para el número cero, *Perspectivas* contiene dos ensayos: *La tristeza del payaso: Una interpretación antropológica* y *La creatividad invisible*; *Semblanzas*, dos entrevistas: *Propas, pegas y pegadores* y *El hip hop es mi vida... El rap es lo que me hace fluir dentro de la misma*; la *Galería* con distintas perspectivas fotográficas; *Mapeos: Propa urbana*, estenciles de un artista de la calle y *Oralidad* con un poema.ac

Las secciones de la revista se diferencian por los siguientes colores (en la “Hoja de estilos” del Manual de estilo se especifican los porcentajes, véase Anexo). Con más detalle se habla de esto en “Diseño editorial”:

Rojo para *Perspectivas*; **Amarillo** o negro para *Galería*; **Violeta** para *Semblanzas*; **Verde** para *Mapeos* y **Azul** para *Oralidad*.

En todas las secciones hay páginas destinadas para publicidad de otras publicaciones acordes a *Etnografías*, esto con el fin de tener espacios para otras revistas y apoyar el trabajo de publicaciones afines a este proyecto. Así, al intercambiar su trabajo y difundirlo, se empieza a posicionar la marca y atraer a más clientes.

PLANEACIÓN TÉCNICO-ORGANIZATIVA

En la primera etapa se planeó el proyecto editorial desde sus bases (el público lector, el enfoque del proyecto, el lenguaje usado, la forma en que se seleccionarán los textos, los elementos gráficos, el formato y las secciones). A lo largo de la maestría, se modificó el proyecto de acuerdo con los cuestionamientos del día a día, las clases, las lecturas

y la ayuda de los asesores-lectores. Ante este resultado, desde el inicio hubo colaboradores comprometidos con la idea, sin embargo con la ayuda de una convocatoria, hubo una mayor respuesta para la obtención de más trabajos y la difusión de la revista.

La convocatoria fue dirigida hacia un público amplio, de acuerdo con el lector al que se orienta: artistas, fotógrafos, estudiantes, investigadores y profesionales, así como relacionada con la temática del número cero: artistas callejeros. Cada número cambiará la convocatoria de acuerdo con las especificaciones del mismo. Las bases se decidieron en concordancia con las generalidades de la revista y en específico del número cero.

Asimismo, en la convocatoria (véase Anexo) se definió el tipo de colaboradores requeridos y se especificaron los lineamientos para la publicación. Las decisiones que se tomaron en dicha convocatoria fueron en torno al tipo de publicación (digital), al público lector (amplio) y a la periodicidad (semestral).

A través de otros contactos, además, se encontró a más personas interesadas en el proyecto: trabajadores de otras revistas, estudiantes de antropología y fotógrafos profesionales que también buscaban dónde publicar sus obras. Con todos ellos se platicó para exponer los objetivos y la descripción de la publicación.

Los primeros trabajos que llegaron a raíz de la convocatoria fueron obras escritas por profesores y alumnos de distintas universidades del país. En la página de Facebook hubo una gran respuesta el primer día de difusión de la convocatoria (1 de marzo de 2017), más de 4 mil

personas visualizaron el cartel y comenzaron a llegar dudas acerca de dicha convocatoria, incluso de países centro y sudamericanos. Es decir, se alcanzó el 100% de rendimiento en la página y se triplicó el número de seguidores (véanse capturas de pantalla en Anexo).

Después de ello, empezaron a llegar los trabajos. La primera semana se registraron cinco, sin embargo antes de la convocatoria ya se contaban con algunas fotografías, un ensayo y un poema. En la siguiente tabla se especifica la llegada de trabajos por tipo, autor, fecha y si fue aceptado o no. Los parámetros de aceptación son de acuerdo con la convocatoria y la línea editorial que se han mencionado a lo largo de la tesis.

Bitácora de recepción de trabajos			
<i>Tipo</i>	<i>Autor</i>	<i>Año 2017</i>	<i>¿Aceptado?</i>
Frases	Anónimo	3 marzo	No
Fotografías	Maricela Figueroa	6 marzo	Sí
Entrevista Cuento	Christian Huerta (2)	8 marzo	Sí No
Imágenes esténciles	Pardo Propaganda	13 marzo	Sí
Reportaje etnográfico	Lennica Díaz	17 marzo	No
Artículo sobre grafiti	José Guadalupe Rivera	7 abril	No
Artículo B-boys	Oscar Portilla	16 abril	No
Serie fotográfica	Olivia Vivanco	11 abril	Sí

Artículo	Leonor Elizondo	23 abril	No
Poema	Gabriel Cruz	20 abril	No
Serie fotográfica	Miguel Reyes	24 abril	Sí
Serie fotográfica grafiti	Izchel Aguilar	29 abril	No
Serie fotográfica	Fernando Martín	29 abril	No
Entrevista	Edgar Almazán	28 abril	Sí
Dibujo en tinta	Sergio Unzueta	30 abril	No
Ensayo	David Varela	1 mayo	Sí
Reportaje fotográfico	Franco Ortiz (2)		No
Ensayo			No
Fotografía	Eduardo Lomelí	1 mayo	Sí
Ensayo	Aitiana Villamar	1 mayo	No
Fotografías	Alice Arteaga	1 mayo	No
Ensayo histórico	Melina Amao	1 mayo	No
Serie fotográfica	Karla Como y Gerardo Alcocer	1 mayo	Sí
Poema	Eduardo Hidalgo	1 mayo	Sí
*En total se recibieron 24 trabajos: 14 textos y 10 visuales. De estos se escogieron 60% de los trabajos visuales y 38% escritos.			

A partir de ahí se comenzó a trabajar en el diseño de interiores de las obras escogidas, luego de pasar por un dictamen y revisión de diversos especialistas y algunos voluntarios que colaboraron con la revista.

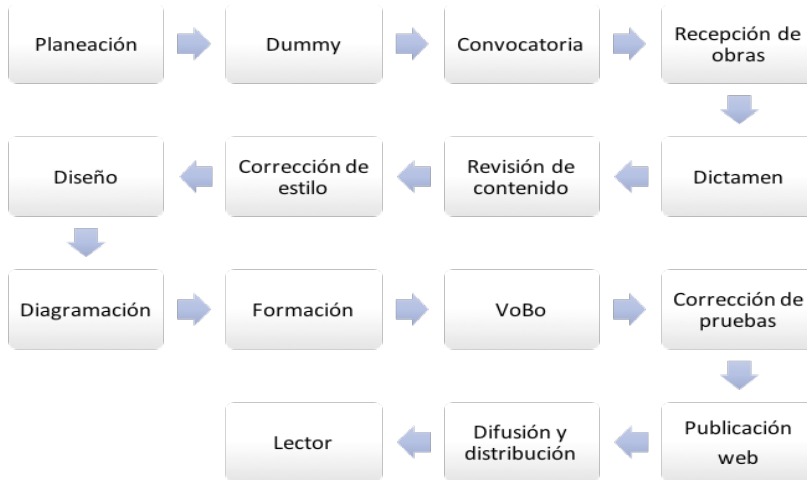
A la par, se verificaron los costos de producción, se inició con la planeación de la página web y se terminó con el diseño del imagotipo.

Además, se afianzó la decisión de qué formato elegir para un mejor cuidado editorial, relacionado con los costos de producción, el tipo de publicación y lector. En este punto pudo corroborarse que los gastos de inversión en una publicación digital no son menores que en las publicaciones impresas, no obstante con el paso del tiempo una publicación digital puede sostenerse y estabilizarse con la ayuda de publicidad y marketing digital (véase con más detalle en la Estrategia económica).

Por otro lado, la selección de obras por secciones se basa principalmente en el enfoque crítico y etnográfico con respecto al número monográfico. Gracias a la orientación de diseñadores gráficos, diseñadores web, fotógrafos, antropólogos, sociólogos, profesores y la directora de tesis del proyecto, este trabajo se ha transformado en sí mismo en un proyecto transdisciplinario, es decir que –de acuerdo con el filósofo Edgar Morín– trasciende disciplinas; en este caso la etnografía las atraviesa con el fin de coincidir en una necesidad para aportar y dialogar.

Los lineamientos que se solicitan a los autores primero se anuncian en la convocatoria de la revista y luego a cada uno de ellos personalmente, estos basados con la línea editorial de la revista y de acuerdo con el número monográfico (véase Manual de estilo para más detalle). Estos también se difunden en la página web.

A continuación se presenta el flujo de trabajo planteado para cada publicación.



Equipo y responsabilidades

Directora general. Se encarga de la dirección de la empresa. Da las instrucciones a los demás colaboradores de la revista.

Dictaminadores. Son personas externas a la revista, expertas en los temas que dictaminan. Son quienes realizan las primeras sugerencias para las publicaciones, debido a su revisión meticulosa.

Fotógrafos. Son los encargados de generar el material visual de la revista. El editor se pone en contacto con ellos para indicarles el objetivo del número monográfico. Su trabajo es indispensable para esta publicación, por lo que se solicita sea lo más cuidadoso y con las especificaciones requeridas en la convocatoria. También pueden llegar trabajos por otros medios.

Editor. Se asegura de que todos los procesos de realización de la revista se realicen en tiempo y forma. Junto con el consejo editorial,

que lo conforman internos y externos de acuerdo con el número monográfico, deciden la temática a desarrollarse conforme a la línea editorial de la publicación. El editor recibe los textos e imágenes para su primera revisión, y junto con el diseñador gráfico crea un primer *dummy* para sugerir modificaciones o detectar errores. Para lograr lo planteado desde el comienzo de la edición, convoca a juntas para coordinar las responsabilidades de cada colaborador y lograr los objetivos planteados.

Reporteros. Son quienes realizan las entrevistas y escriben crónicas u opiniones acerca de la temática de la revista. Aportan temas novedosos y relevantes.

Profesionales de otras disciplinas o redactores. Colaboran con el material académico y de divulgación de la publicación para el conocimiento de sus áreas con respecto al enfoque etnográfico. Son quienes recopilan información y también a través de convocatorias, envían sus obras para una posterior dictaminación y revisión.

Publicistas. Su responsabilidad es difundir la revista a través de redes sociales, congresos, ferias y planear cómo hacerlo. Además, son quienes se encuentran en contacto con las instituciones, organizaciones, y demás posibles patrocinadores de la publicación.

Diseñadores. Son los responsables del diseño editorial y gráfico de la publicación. Están en constante contacto con los editores y correctores de estilo. Se concentran en diagramación, retoque fotográfico y portadas. También se encargan del diseño del sitio web y su funcionamiento para una visualización creativa.

Correctores de estilo. Se encargan principalmente de la coherencia, unidad de sentido, ortografía y presentación correcta de los textos escritos e imágenes.

Programador. Es el encargado de la realización de la página web y de la actualización del sitio.

Community Manager. Esta persona se encuentra en constante contacto con los usuarios en las redes sociales y de su gestión.

Cronograma

Los siguientes cronogramas determinan el tiempo que se dedica a cada una de las tareas del proyecto y en el proceso editorial de la revista.

Proyecto

En la primera etapa, la investigación documental fue lo más importante. También se entabló relación con los colaboradores que son parte del número cero. Asimismo, se elaboraron los primeros diseños para el imago tipo, las portadas y un *dummy*.

En la segunda etapa de la calendarización se comenzó con la elaboración de páginas internas, se dio inicio a la convocatoria, así como la corrección, la maquetación, la distribución en las redes sociales y la realización de los medios digitales.

Asimismo, se empezó a dar difusión en las redes sociales por medio de frases publicitarias (identidad visual) y enlaces a sitios de interés.

Número Cero

Para la publicación del número cero, se siguió el siguiente cronograma (véase abajo). La convocatoria se publicó el 1 de marzo de 2017 y se recibieron trabajos hasta el 1 de mayo de 2017. Posteriormente, se respondió a los autores para notificarles la decisión del comité editorial y los lineamientos a proseguir (30 de junio de 2017). Aunque el producto se publicó hasta marzo de 2018, la publicación se calendariza de acuerdo a los seis meses que se plantea abajo.

Las actividades de diseño, diagramación y formación se realizan después de haber hecho la revisión de los contenidos y dictamen, en el orden que aparecen.

El montaje de la revista en los medios digitales se propone para hacerse después de las correcciones de pruebas finales en cada número. Sin embargo, para el número cero, la creación de la página web a cargo del programador se empezó el mes de abril de 2017.

Las juntas editoriales se convocan de cada tres a cuatro meses, esto con el objetivo de optimizar los tiempos y estar de acuerdo en varios puntos de la publicación. En caso de decisiones urgentes, las juntas se removerán para llevar a cabo el trabajo.

Diseño																				
Diagramación																				
Formación																				
Corrección pruebas																				
PDF																				
Actualización sitio web																				
Redes sociales																				
Juntas editoriales																				
VoBo																				
Distribución																				
Lector																				

Si bien la calendarización que se seguirá será semestral para los números siguientes, para este trabajo se colocaron dos calendarios distintos para la realización de la revista: el del número cero y otro para los demás números monográficos.

DISEÑO EDITORIAL

En la actualidad se le da preferencia a los contenidos multimedia en los buscadores de internet. Cada vez que accedemos a Google u otros motores de búsqueda, los primeros contenidos visualizados son videos e imágenes antes que texto. Por lo tanto el material visual se ha convertido en un elemento importante en nuestras vidas.

A su vez, en el proceso editorial se han demeritado los soportes digitales por desconocimiento del tema. La mayoría de los editores aún se muestran renuentes con las nuevas tecnologías que facilitan el trabajo. Además, se piensa que al realizar una edición digital se descuida la labor editorial por no corroborar el impreso; pero cada vez hay más publicaciones, sobre todo periódicas y académicas que se suman a la edición digital (periódicos, revistas, manuales). Y aunque no son conscientes del todo sobre los costos de producción, cada vez más editoriales y empresas se suman a los esfuerzos, ya sea por falta de almacenamiento, por mayor visibilidad o por la inevitable llegada de lectores a la red.

Ante este panorama, y conforme al contenido, lector, modo de distribución, presupuesto y otros recursos, *Etnografías* se introduce en esta tendencia.

Para la decisión en torno a qué plataforma utilizar, se realizó una comparación de las distintas plataformas y formatos que pudieran servir para la revista.

Comparativa entre formatos digitales		
<i>Formato</i>	<i>Ventajas</i>	<i>Desventajas</i>
Multimedia (en este caso ePub)	Interactividad/Permite enlaces y ediciones enriquecidas/Vista atractiva/Portabilidad	Conocimientos especiales como lenguaje html para algunas versiones/ Llega a pocos lectores/Propósitos específicos/ Actualizaciones/ Campo en expansión/ Compatibilidad
PDF	Fácil de generar y subir en la red/ Compatibilidad/ Acceso y portabilidad/ Comodidad/Más personas recurren a él	Modo de lectura inflexible/No se permite ajustar el archivo
Página web	Interactividad/ Acceso/Diseño	Costos altos/ Formato complejo/ Diseño estático/ Derechos y licencias
Blog	Dinamismo/ Participación	Suscripción de lectores/Formato
App	Interactividad/ Portabilidad	Lectores no interesados por aplicaciones limitadas/Costos
Elaboración propia.		

De acuerdo con la tabla anterior y una pequeña encuesta realizada en las redes sociales, el PDF tiene ventaja sobre los otros formatos por su portabilidad y accesibilidad, sin embargo en el medio editorial es visto como un formato amateur por la fácil exportación desde otros formatos, su poca flexibilidad y el pobre cuidado editorial que algunos escritores/editores le aportan. Por lo tanto, como este proyecto va dirigido hacia un gran número de usuarios, la edición digital se desarrolla desde distintos formatos digitales para poderse visualizar y descargar, al adaptarse a las necesidades de distintos usuarios que podrían leer la revista.

En la actualidad, pocas editoriales utilizan el recurso digital, no obstante hay una creciente demanda de lectores que buscan el acceso a diversas publicaciones de forma gratuita. En el ámbito académico es mayor la búsqueda. Por lo tanto, es importante que todas las publicaciones tengan la edición digital de sus productos al menos como apoyo (Martín, 2003). Por ello, *Etnografías* edita en cada número en dos soportes: PDF y ePub (para darle más visibilidad a las fotografías, elemento principal de *Etnografías*). Para este número cero, no se editará la publicación directamente desde el lenguaje de programación html ni se imprimirá, sin embargo no se descartan las ideas para próximos números.

Formatos de libros electrónicos y características

Formato	Descripción
ePub	Formato libre basado en el estándar XML desarrollado por el IDPF (<i>International Digital Publishing Forum</i>). Puede ser leído por diferentes lectores, a diferencia de los libros bloqueados con DRM (<i>Digital Rights Management</i> , por sus siglas en inglés) ^{1/} .
HTML	Formato de las páginas web. Se puede ver en cualquier equipo con el navegador web, además se utiliza en revistas u otras publicaciones con pocas páginas.
PDF	Es un formato popular en internet. Para su visualización se requiere instalar previamente el software de manera gratuita para su versión de lectura.
DOC/DOCX	Formato con el que se crean los documentos en Microsoft Word, cualquier libro en ese formato se podrá ver en los equipos con Windows. Es el procesador de textos más utilizado en el mundo y por lo tanto, el formato en el que se genera la mayoría de la documentación.
MOBI	<i>Mobipocket</i> es el formato original que utiliza el lector de libros electrónicos o <i>eReader Kindle</i> , producido y comercializado por Amazon. Existen libros en este formato desprotegidos (poseen la extensión de archivo .prc o .mobi) y otros protegidos (usan la extensión de archivo .azw), que solo se podrán leer en un <i>Kindle</i> .
OEB	<i>Open eBook</i> es un formato libre, creado para facilitar a cualquier autor o publicador, guardar su obra en un formato sencillo y compatible con la gran mayoría de lectores. Gran parte de las obras en Google Books están en dicho formato.
AZW	Es un formato de libro electrónico desarrollado por Amazon. Se utiliza en archivos de libros electrónicos que están protegidos con DRM y en archivos que no lo están.
RTF	Es un formato de archivo informático desarrollado por Microsoft en 1987 para el intercambio de documentos multiplataforma. La mayoría de los procesadores de texto pueden leer y escribir documentos RTF.

La información presentada es de carácter estrictamente informativo. Para mayor información sobre las características, se recomienda acudir directamente con el proveedor del producto o servicio.

1/ Sistemas de gestión de derechos digitales (*Digital Rights Management* por sus siglas en inglés). Es un sistema de protección incorporado a los libros que restringe su lectura. Normalmente se incorpora a los libros en formato EPUB o PDF.

Fuente: Información recabada de los sitios: norfiPC y Observatorio Tecnológico el 10 y 19 de agosto de 2015, por lo que a la fecha de publicación pudo haber cambiado.

Imagen tomada del portal de la Profeco, enero 2017.

Diferencias entre un libro impreso y uno digital de acuerdo con la página de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco):

Ventajas y desventajas



Ventajas:

- La posesión y el coleccionismo.
- Perdurabilidad si se cuidan bien.
- Funcionalidad sin complejidades.
- El olor a libro para algunas personas resulta inigualable.
- La belleza de los empastados.
- Se tiene la posibilidad de tener la firma del autor.
- Palpar las páginas también resulta una sensación agradable.
- Se puede terminar la lectura completa más rápido que en la versión digital.
- Para algunas personas les resulta menos cansado.

Desventajas:

- Ocupa más espacio.
- Se pueden deteriorar con el tiempo.
- Por lo regular son de mayor peso.
- En ocasiones resulta incómodo portarlos si llevas más de uno.
- Ediciones agotadas.



Ventajas:

- Menor espacio físico.
- Pueden guardarse más de un libro en el dispositivo.
- No requiere de asistir a una tienda. Se adquiere por internet.
- De fácil portabilidad.
- Ayuda de la tecnología (luz, diccionarios, traductores, entre otros).
- Permite aumentar el tamaño de la letra y ajustar la luminosidad.
- No tienen ediciones agotadas.
- Menor precio.
- No hay gasto de producción en tinta y

Desventajas:

- Si se acaba la batería, adios lectura.
- Presentan distracciones que pueden desviar la lectura con facilidad.
- Si se cae se puede estropear.
- El precio de los dispositivos puede resultar alto para algunas personas.

Fuente: Información recabada de diversos textos y artículos relacionados con el tema.

Imagen tomada del portal de la Profeco.

Velocidad de transmisión: el libro electrónico puede ser transferido de un lugar a otro con rapidez, siempre y cuando se cuente con el hardware necesario y conexión a internet. Por su parte, el libro impreso requiere de su traslado físico, aunque no necesita de elementos adicionales, como la computadora.

Accesibilidad a más información: un libro electrónico puede contener más información y la posibilidad de acceder a datos externos. El libro impreso funciona bajo la ecuación “a mayor contenido, mayor número de hojas y peso”.

Transportabilidad: el libro de papel es fácilmente manejable, mientras que el electrónico está todavía restringida y sujeta a contingencias como la disponibilidad de energía eléctrica o la duración de la batería, la disponibilidad de internet inalámbrico, entre otras.

Calidad: debido a la masificación de internet los textos electrónicos son libres, permitiendo a cualquier persona escribir, subir información a la red y ponerla a disposición del mundo. Sin embargo, considera que un libro impreso tiene un proceso de edición más controlado y cuidadoso antes de ser lanzado al mercado.

Costo: el libro electrónico puede ser más económico que el impreso, sin embargo un eBook requiere de compra de software, hardware, control de virus, entre otros.

Etnografías decidió diferenciar sus soportes en la sección de *Galería*. El PDF se editó con las fotografías totalmente estáticas apágina completa. El ePub de maquetación fija amplía las fotografías al dar clic sobre ellas. Y en la página web pueden visualizarse en toda la pantalla, también al dar clic sobre ellas.

Imagotipo

El elemento que define la identidad de la revista es el imagotipo, el cual está inserto en el cabecal de la revista. La figura retórica que representa a la revista, se realizó a partir de la sinécdoque (la parte por el todo descrita por Roland Barthes en su *Retórica de la imagen*), es decir, el vínculo que existe entre el todo y las partes que conforman al dios mexica del desollamiento: Xipetotec, santo patrono de los etnofotógrafos, de acuerdo con Roger Bartra (2013) (antropólogo,

filósofo, y escritor), que en su libro *La sangre y la tinta* reflexiona acerca del papel del fotógrafo etnográfico al revelar o despellejar la realidad del otro —que es fotografiado—. De esta forma, al tomar como imago tipo una parte de Xipetotec, en este caso la cabeza, se simboliza de forma íntegra al Dios, además del enfoque etnográfico en el que se basa la publicación. Se partió de una idea compleja, para perfeccionar y orientarse hacia la sencillez del logotipo.



Imágenes de Xipetotec tomadas de internet.

Evolución del imago tipo:



El resultado final muestra el penacho y orejas del dios de forma sencilla y con trazos simples, sin más elementos que distrajeran el ojo lector, en alto contraste con tinta negra.

Etnografías

Reflexión contemporánea de expresiones culturales

Los colores usados en toda la revista son principalmente los comprendidos dentro de la representación mexicana del dios Xipetotec, teniendo en cuenta la unidad de sentido. La siguiente simbología de los colores es retomada del autor Samuel Martí (1960), quien ha investigado acerca de temas relacionados con deidades prehispánicas.

- Rojo: sangre, muerte, fertilidad, juventud, resurrección, luz.
- Blanco: tierra, día, nacimiento, decadencia, misterio, enfermedad, antigüedad.
- Negro: armas, noche, estrellas, frío, sequía, oscuridad, muerte.
- Amarillo ocre: alimento (maíz).
- Verde: árboles, colores del mundo que nos rodea, realeza.
- Azul: sacrificio, sacerdotes, ceremonias, agua, calor.



En suma, para la psicología del color en el diseño gráfico, los colores usados en las secciones de la revista significan lo siguiente:

- Negro: misterio, elegancia, modernidad, fuerza, poder y prestigio.
- Blanco: limpieza, claridad, ligereza, positivismo, perfección y pulcritud.
- Gris: calma, naturalidad, sobriedad, discreción y compromiso.
- Azul: confianza, seguridad, armonía, fresca e inteligencia.
- Verde: estabilidad, equilibrio, relajación, serenidad y sofisticación.
- Marrón: experiencia, comodidad, elegancia, seguridad, exquisitez, practicidad y abundancia.
- Rojo terroso: resistencia, fuerza y calidez.
- Amarillo: energía, estimulación, optimismo, juventud, valores culturales, variedad y originalidad.
- Morado: dignidad, abundancia y prestigio.

En general, el diseño aplicado en toda la revista será con elementos lúdicos, dinámicos, contemporáneos y sencillos que son atractivos para jóvenes, evitando tipografías, gráficas o colores recargados que dificulten la lectura.

Las secciones (de las que se habló en Contenido y estructura) mantendrán los mismos colores siempre: rojo/vino/marrón para *Perspectivas*, violeta/púrpura/morado para *Semblanzas*, azul turquesa para *Oralidad*, verde para *Mapeos* y amarillo con negro en la *Galería*.

En cuanto a la tipografía se usó Bangla MN; para contrarrestar con los interiores y el subtítulo que es tipografía Bell MT.

Bangla MN proviene de las tipografías que son usadas para otras lenguas de la India (como el sánscrito). Se decidió usar esta tipografía para darle el carácter de diversidad que requiere la revista por su temática.



Bangla MN Text
In: Espresso Eye Chart
Out: Raining Characters Out

Ejemplo tomado de la web.

En contraste con el imagotipo, para el subtítulo se usó Bell MT, inspirada en las tipografías modernas como Didot, que acentúa sus formas verticales y el contraste de los trazos finos y gruesos. Su gran legibilidad y la amplia familia con la que cuenta –con numerosos pesos distintos, caracteres alternativos y decorados– junto con su enorme elegancia hace que sea una buena opción como tipografía de texto para revistas, en titulares y para exhibición (Letrag).

Soporte digital

A continuación presento el proceso editorial que se seguirá para la elaboración de cada número de la revista digital *Etnografías* y, en específico, el que se llevó a cabo para la realización del número cero.

Su elaboración se realizó en un programa para la edición de textos, se prepararon páginas maestras en InDesign, editado por secciones y a tamaño carta, como se acostumbra en las revistas impresas. Esto para dar una mejor calidad a los usuarios conforme a la composición del material.

Ya editado, se subirá a la página web de la revista y se difundirá a través de las redes sociales. A la par, la página web (véase más abajo) se conformará de fotografías, contendrá la convocatoria, la presentación, una galería y la información sobre el Consejo Editorial y el contacto. A través del enlace publicado en las redes sociales (Facebook y Twitter), se podrá acceder a la página web para descargar o visualizar la revista digital. También se tendrá un respaldo en Dropbox (alojamiento en la nube) para mayor seguridad.

Para este proyecto se recurrió en mayor medida a los recursos gratuitos que proporcionan algunos programas. Es decir, en el caso de InDesign, que es la herramienta con la que se trabajó por tener más familiaridad principalmente, al exportar se puede hacer para distintos formatos (ya sea PDF, html, ePub u otros). Por lo tanto se decidió presentar a los lectores en dos soportes distintos: ePub y PDF para su mayor comodidad, acceso, gustos personales, etcétera.

El PDF se trabajará de manera interactiva (Issuu) y a la vez fija para que los usuarios puedan leer la revista desde la página, compartirla, pero también puedan descargarla hacia sus dispositivos. Al mismo tiempo podrán visualizarla por medio del ePub de maquetación fija 3.0 a doble página desde sus dispositivos con botones en la tabla de contenido y en la *Galería*.

Se prefirió que fuera de maquetación fija y no fluida porque parte de la política editorial de la revista es que se respete el trabajo de todos los involucrados en el proyecto, debido a que cada elemento que lo constituye ha sido concebido con bases teóricas, como la

selección tipográfica, la cual podría ser modificada por el lector desde su dispositivo si se hubiera elegido maquetación fluida. Además, con este tipo de maquetación se le puede dar más realce e interactividad a la sección de *Galería*, que podrá diferenciarse de las secciones que contienen texto; basta con hacer clic sobre la parte superior de las fotografías para que la imagen se pueda apreciar de manera completa a doble página. Este atributo ayuda a que los lectores tengan mayor interactividad y que además, se ahorre espacio en la publicación para que tenga menos peso el archivo y más fotografías quepan en una sola página al momento de la edición.

El producto se puede leer en dispositivos iOS, Windows y Android, siempre y cuando se haya descargado previamente la aplicación correcta para abrirlo. Para los tres sistemas operativos hay distintas aplicaciones y muchas de ellas son gratuitas. Entre otras características del ePub –en general– es que tiene una tabla de contenidos que nos permite navegar de una sección a otra sin tener que ir de página en página. Otra bondad es que tiene un buscador de palabras.

El ePub fue diseñado y maquetado también desde InDesign, debido a que se espera que sirva como base para los siguientes números, por lo tanto se necesita que las páginas maestras estén en un software que sea lo mayormente compatible y de fácil uso.

La retícula adecuada para la disposición de textos e imágenes es modular semiformal en donde las imágenes pueden colocarse dentro de cualquier espacio según convenga (se ahonda en este punto más abajo).

Los márgenes dejan suficiente aire a la caja tipográfica para que no sea pesada y el lector se sienta cómodo con la lectura. La justificación del cuerpo de texto se alinea a la izquierda debido a que el español se lee de izquierda a derecha.

Las secciones tienen un color que las distingue y que permanecerá igual en todos los números, así los lectores podrán relacionar e identificar el color con su sección favorita.

El diseño de la publicación se mantiene limpio y sobrio. La elección de las tipografías, los espacios en blanco, los elementos decorativos, etc., se seleccionaron bajo los criterios de legibilidad y lecturabilidad para que la publicación pueda entenderse, verse y leerse a la vez. “El blanco de la página tiene un papel fundamental como elemento de delimitación; su presencia produce un efecto de calma y, en cambio, su ausencia crea confusión” (Unger, 2009).

Además, se analizaron: el tópico (antropología), mercado actual, la voz (quién lo dice y cómo lo dice) y qué lenguaje se utiliza, todo ello para diseñar la revista acorde a estos puntos. Se trabajó cada sección con los estilos estipulados conforme a la tónica de la sección, el estilo de la revista y con las sugerencias de expertos en el tema.

Retícula

Es una guía “invisible” que determina las divisiones espaciales de una página para permitir acomodar los elementos de forma estructurada. Timothy Samara (2004) sostiene que es un principio organizador.

El diseñador gráfico Josef Müller-Brockmann sostiene que

El empleo de la retícula como sistema de ordenación constituye la expresión de cierta actitud mental en que el diseñador concibe su trabajo de forma constructiva. Esto expresa una ética profesional: el trabajo del diseñador debe basarse en un pensamiento de carácter matemático, a la vez que debe ser claro, transparente, práctico, funcional y estético.

A través del tiempo se han usado diversos tipos de retículas, desde las más organizadas hasta las que parecieran desorganizadas. De este modo, los lectores se han acostumbrado a la presentación del contenido de diferente forma. “La creación y la organización de la forma están estrechamente vinculadas a la divulgación visual de la información” (Samara, 2004). Es decir, para la presentación de la información ya no sólo se presta atención a la estética del contenido, sino también se debe concientizar acerca de a quién va dirigido, sobre qué temas va o incluso si es políticamente incorrecto o no usar el diseño de ciertas formas. El uso de retículas está destinado para que en una sola página se vean reflejados diversos elementos del diseño (texto e imágenes) y se unifiquen para resolver problemas comunicativos.

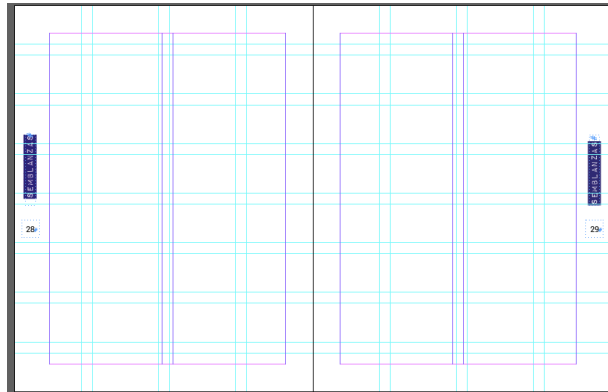
Debido a la naturaleza de la revista, en la que se busca sobreponer el despliegue visual, se utilizó en principio una retícula semiformal modular para colocar imágenes y texto en los módulos más convenientes de la caja tipográfica.

El constante bombardeo de información por parte de medios masivos ha creado nuevas expectativas en la forma de presentar la información. Actualmente, la capacidad del público para captar y digerir información se ha vuelto cada vez más sofisticada y compleja.

De este modo, se trató de establecer nuevas relaciones entre los elementos colocados en la página. “Es importante comprender que la retícula, a pesar de ser una guía precisa, nunca debería imponerse a los elementos que se colocarán dentro de ella. [...] Es aconsejable romper la retícula de vez en cuando” (Samara, 2004).

Todos los problemas de diseño son distintos, y cada uno de ellos exige una estructura reticular que sea útil para sus elementos particulares. Existen algunas clases de retículas básicas y, como punto de partida, cada una de ellas es adecuada para resolver determinados problemas. El primer paso del proceso radica en considerar cuál es el tipo de estructura básica que se adaptará mejor a las necesidades específicas del proyecto (Samara, 2004).

En este caso se comenzó con la aplicación de la retícula en 8 filas por 4 columnas, al usar el mismo medianil que se utilizó para el diseño de las páginas (8 mm).



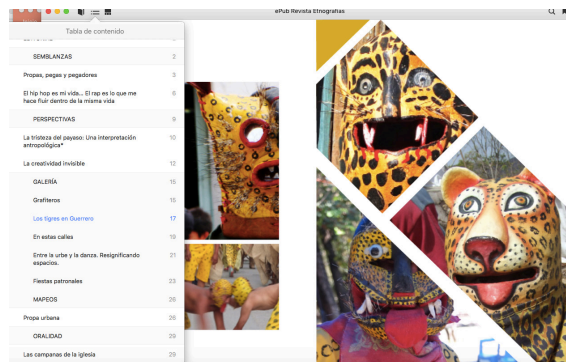
Ejemplo de retícula base.

A partir de esta guía base que sirve para que el texto e imágenes sean colocados en una estructura, se comenzó a “jugar” y experimentar con la retícula. Se hicieron desplazamientos, cambio de cuerpo, insertaron texturas, transparencias, alineaciones, dinamismo, nuevas zonas espaciales, etc., todo ello para generar interactividad en los interiores y enfatizar rasgos visuales, sin dejar del lado los blancos en las páginas.

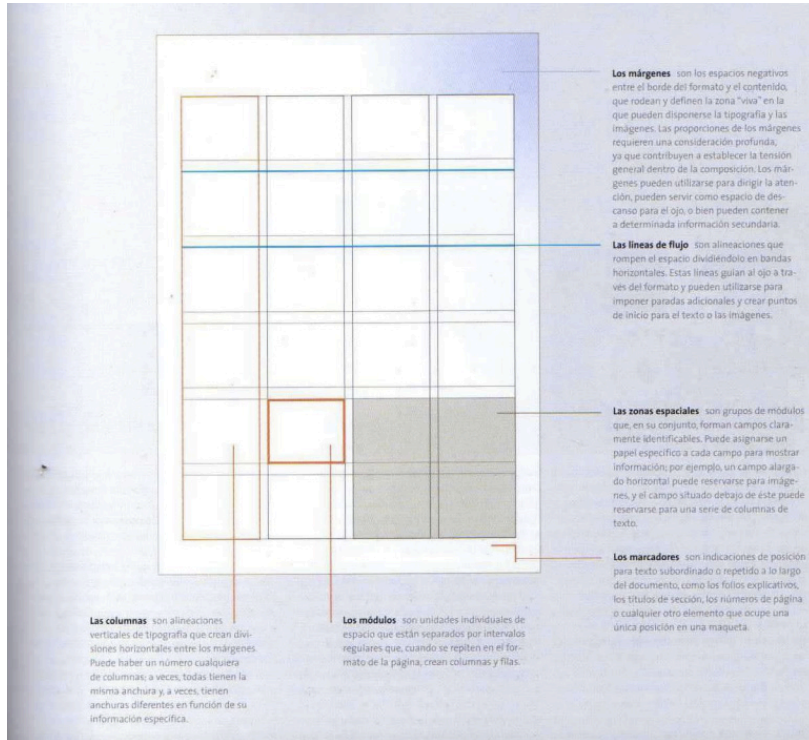
Este tipo de retícula es flexible, puede disponerse de texto e imágenes de mayor tamaño. Además, para cada tipo de contenido, por ejemplo en las secciones de la revista, pueden modificarse las retículas y usar el número de columnas que se necesite para colocar las imágenes como mejor convenga.

Para ello, las imágenes con sus pies se acomodaron de maneras distintas, siempre y cuando se alineen y se compongan armónicamente en la retícula.

De esta manera, también ayudó a que en el ePub se pudiera interaccionar con las fotografías en la Galería y poderlas disponer en un espacio acorde a cada fotografía.



Galería del ePub.



Elementos de la retícula, según Timothy Samara (2004).

GALERÍA

Artistas en fiestas patronales

Maricela Figueroa
F: Maricela Figueroa Zambla

"Hago fotografías para engañar al mundo y la muerte, al diablo, la fotografía es el mundo donde sus dioses me visitan y me encuentro en mi mundo y a los otros. La fotografía me da una cámara, pero no me enseña que la fotografía muestra del momento a un instante, me enseña el camino para guardar los recuerdos de los días, la memoria y el momento. El día que tengo una idea para contarle el mundo de los días, como un momento particular, decido qué mirar y me voy de nuevo a jugar".



"Quilmes"
Quilmes

33

<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">A</p> </div> <div style="border: 1px solid #ccc; height: 100%;"></div>	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">A</p> </div> <div style="border: 1px solid #ccc; height: 100%;"></div>
--	--

Tipografía

Se buscó una familia tipográfica legible en materiales digitales para los interiores, tal como Roboto, que es utilizada en algunos teléfonos Android.

Roboto es una familia de fuentes tipográficas gratuitas del tipo sans-serif introducidas en el sistema operativo Android 4.0 "Ice Cream Sandwich". Google describe la fuente como "moderna, aun así cercana" y "emocional". fue creada en 2011 por Christian Robertson y su diseño es apegado a las mecánicas y geométricas, pero al mismo tiempo es amigable al ojo (Google Fonts). Al tener gran variedad de variantes (delgada, liviana, regular, media, negrita, black y condensada), las letras pueden ser colocadas de manera natural en cuanto a su anchura, lo que hace un ritmo de lectura más fluido. En la revista *Etnografías* se usa para interiores y pies de foto.

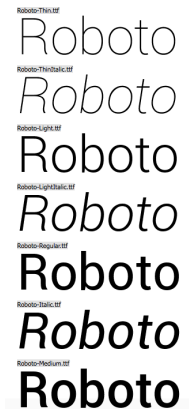


Imagen tomada de internet.

Para las cornisas de cada sección y folios que se encuentran a la mitad de la hoja, en la parte externa de cada página, para no interferir en el espacio de la caja donde irán los textos, títulos e imágenes) se usó Impact label, diseñada en 2009 por Michael Tension. Esta tipografía fue escogida por su forma atractiva y porque es de fácil identificación

Impact label está categorizada dentro de las tipografías de Fantasía. Se puede encontrar gratuita en la red. Sin embargo, como no está completa y es pesada para texto corrido, sólo se puede usar para cornisas.



Imagen tomada de internet.

Para los sumarios se usó American Typewriter (1974, de Joel Kaden y Tony Stan). Es similar al estilo de las tipografías empleadas por las máquinas de escribir. “Se fusiona brillantemente la rigidez de su antepasado con un estilo más contemporáneo y actual” (Letrag).

Se decidió agregar una tipografía de este tipo por la nostalgia que algunos lectores tienen hacia lo impresos, más aún hacia la máquina de escribir.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÀÁ
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyzàáéíõø&12
34567890(\$£€.,!?)

Imagen tomada
de internet.

Portada

Para la cubierta se escogió la fotografía que mejor reseñara el número cero: artistas callejeros. En ella se decidió solamente agregar los datos importantes de una publicación periódica, como lo son los datos legales y de registro (número, fecha, logotipo e ISSN) para no restarle peso a la fotografía elegida.

Se realizaron distintas pruebas para escoger esta fotografía, al final se seleccionó la fotografía más acorde al número monográfico y la más atractiva para los lectores. De acuerdo con Roland Barthes (1981) en el libro *Lá cámara lúcida*, señala que algunas fotografías pueden atrapar la mirada de los espectadores/lectores por tener algún elemento sobresaliente en ella, al que denomina *punctum*. En este caso: la niña al tocar la mano del venado y los colores que han sido modificados para darle mayor expresividad a la imagen.



Página web

En cuanto a la página web, se trabajó junto con el programador para realizar una página sencilla en la que se pudieran colocar las fotografías, la revista y otros elementos que complementan la publicación.

El sitio se pensó en este número cero para ser el repositorio de la revista. En él se pueden revisar las siguientes secciones: Convocatoria, Presentación, Revista en PDF (descargable e interactivo) y ePub, Consejo editorial y Contacto. Es un sitio responsivo que puede visualizarse en

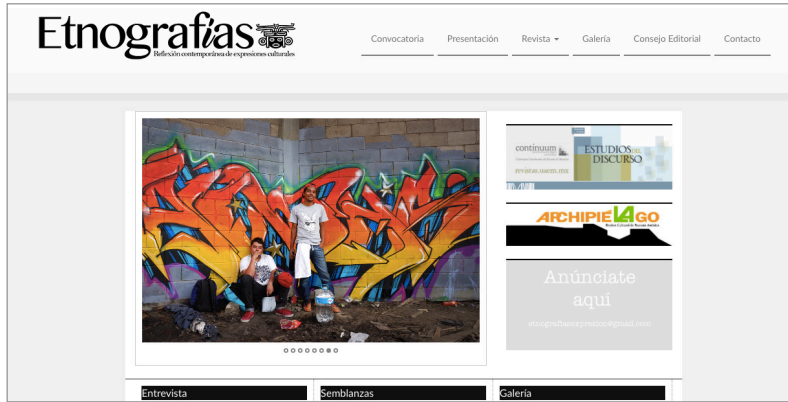
tablets y teléfonos inteligentes sin que pierda legibilidad. Es decir, se adapta al tamaño de cada dispositivo.

En la parte de Galería se pueden encontrar las fotografías (que pueden ampliarse) del número monográfico, así como la convocatoria en cada número se actualizará. Si bien la revista se edita cada seis meses, en la parte inferior del sitio puede verse en un feed y redirigirse directamente a la página de Facebook para ver las noticias en tiempo real.

Dummy para página web

LOGOTIPO	Cabezal					
Inicio (fotos)	Convocatoria	Presentación	Revista - PDF/Issuu -epub	Galería	Consejo E.	Contacto
Submenú desplegable		Contenido				
Pie: redes sociales y legales						

Para el diseño se usó una retícula modular de 12 columnas a 960 píxeles. El contenido textual se decidió colocar a tres columnas de estas 12 que la componen.



Home de sitio web *etnografias.com.mx*

Se usa una paleta de colores acorde al color blanco, gris y con botones tenuemente rosados, para darle fuerza, juventud, diversidad y energía a la página. Por ser un sitio básico, en el que no existe más interacción más que visualizar o descargar la revista, su sencillez es fundamental. Por lo tanto, los blancos también se presentan en él.

La tipografía escogida es Lato en color gris y negro. Lato es una tipografía de código abierto realizada en 2010 por Lukasz Dziedzic, que no tiene serifas, elegante, semiredondeada que da una apariencia de calidez (su nombre significa “verano” en polaco) y seriedad, pero amabilidad (Google fonts). Es muy utilizada en diseño web, por lo que se decidió usarla exclusivamente para el sitio.

Lato Regular

Książęcych spóźnień czułość. The quick brown fox jumps over the lazy dog.
 KSIĄŻĘCYCH SPÓŹNIEN CZUŁOŚĆ. THE QUICK BROWN FOX
 Książęcych spóźnień czułość. The quick brown

Imagen tomada de la web.

ESTRATEGIA ECONÓMICA

Esta publicación no pretende ser lucrativa, por lo que la búsqueda de espacios publicitarios no va dirigida hacia ese objetivo. Sin embargo, la revista *Etnografías* procura obtener lectores diversos y puede lograr ser de interés para distintas instancias que se preocupen por los temas presentados. Por lo tanto, la búsqueda de publicidad será principalmente en instituciones federales, como pueden ser el Instituto Nacional de Antropología e Historia, la Secretaría de Cultura, la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, entre otras, por lo que es de importancia para la prevalencia y el prestigio de la publicación. También se buscará publicidad con editoriales e instituciones que promocionen textos o actividades culturales, tales como revistas de divulgación cultural. Esto, para el sostenimiento del siguiente número, los gastos del personal, el pago de servicios y la distribución.

Una última opción prevee buscar apoyos de fondeadoras o programas que apoyen este tipo de proyectos, solamente para el número cero, tales como el Programa Edmundo Valadés.

Actualmente la venta y difusión de publicaciones digitales se ha hecho presente. “El libro electrónico se enfrentó a las molestias de los usuarios al leer en periodos prolongados y de forma continua” (Portal Profeco). Por lo tanto, los modos de vender publicidad en las redes o páginas también se ha adaptado a las nuevas necesidades.

De este modo, *Etnografías* venderá espacios en su página web, en sus redes sociales y en su revista digital para que otras publicaciones puedan difundir sus novedades por medio de *banners*, *slides*, enlaces,

noticias, reseñas y otras estrategias para que el público se sienta atraído y pueda también dar valoraciones y comentarios para una mejora continua.

Cálculo editorial

En la siguiente tabla se muestran los servicios y costos fijos que *Etnografías* presupuesta en cada número monográfico y anualmente.

De acuerdo con Sagastizábal y Esteves Fros (2002), los costos fijos o editoriales son conceptos de casas editoriales para la producción de una publicación. En este caso, hay indistinción en la cantidad de ejemplares o maquetas. A diferencia de los costos variables que son procesos industriales que se calculan a partir del tiraje.

COSTOS FIJOS			
Costos anuales (de estructura)		Costos semestrales (número monográfico)	
<i>Actividad</i>	\$	<i>Actividad</i>	\$
Dictamen previo	210		
Reserva de derechos	1,991		
Dominio web	500		
Página web	3,000	Corrección ortotipográfica	1,000 por paquete
Diseño de interiores	2,000	Diagramación	2,000 por paquete
		Diseño de portada	1,500

		Colaboradores	200 poema 2,500 por 5 series fotográficas (500 c/u) 2,000 por artículo (500 c/u)
Totales	7,701	+	9,200
TOTAL			16,901

Costos anuales (estructura + dos números)	\$26,101
Precio asociado a la venta (tarjetas postales)	\$800 millar a color
*Costos sujetos a variabilidad.	

Debido a que es una publicación digital, los costos variables no se basan en el tiraje de la publicación y no aparecen desglosados en la siguiente tabla, pero sí se toman en cuenta para conocer el precio de venta al público (PVP). También se consideran los gastos en las tarjetas, presentaciones, ferias y cobertura de eventos.

En suma, para obtener el precio de venta al público (PVP) se tomaron en cuenta estos costos de las tablas anteriores. Aunque el proyecto es de naturaleza digital, no se descarta que en un futuro la revista se imprima cuando se tengan más lectores y más números.

Total número cero \$16,901 +
Tarjetas postales \$800
/1,000 (tiraje) = Costo unitario \$17.701 x
5 (factor editorial) = PVP \$88.50
40% descuento = \$35.40

De otro modo, también se cotizó la impresión digital para los servicios *on demand* que planteaba ofrecer la revista en su página web, de acuerdo a las siguientes especificaciones:

Cromática
4x4 en interiores
4x4 en forros

80 páginas
Tamaño carta (21.5 x 28 cm)

Papel couché mate importado Sappi Magno de 115 gramos para interiores
Papel couché mate importado Sappi Magno de 300 gramos para forros
Laminado mate

Encuadernación: rústica cosida
Para 10 ejemplares, total: \$3,566.88; costo unitario: \$307.49
Para 20 ejemplares, total: \$6,207.86; costo unitario: \$267.58

Sin embargo, esta opción no es viable por el costo unitario que es muy alto. Por lo tanto, se preferirá obtener sustento de la parte publicitaria.

En cuanto a los costos relacionados a la publicidad, la mayoría de las marcas grandes desarrolla el Teorema del branding 70/30, herramienta que consiste en colocar 30% de publicidad por 70% de contenido. Para esta lógica, *Etnografías* tendría que vender un aproximado de 24 anuncios en 80 páginas para obtener el total para la realización de tres números. No obstante, los anuncios serían excesivos en la publicación y los lectores se sentirían aborados por publicidad. Así, por la política editorial de la revista y porque el nicho de mercado al que se dirige *Etnografías* no es plenamente comercial, se propone sólo colocar en la revista un máximo de 10 anuncios; esto debido también a que la publicidad no solamente se destina a la revista digital, sino también en el sitio web, donde se podrán colocar *banners*, *slides* y otros elementos publicitarios en diferentes tiempos. Depende de cada número, su proporción, especificaciones, costos y demás características.

Publicidad digital

Para este tipo de publicidad que es relativamente nueva, hay varias pautas (o formatos) que pueden utilizarse. En este trabajo se mencionarán las que se utilizarán en este proyecto para que los clientes puedan anunciarse en la página web de *Etnografías*. La más popular son la inclusión de banners. No obstante, cada posición, así como en la publicidad tradicional tiene un coste diferente. Para ello hay distintas formas de tarificarlo, por pieza, por vistas o por tiempo.

Todo ello, dependiendo de la animación y complejidad del *banner*. Los costos no son uniformes en todas las publicaciones, pero hay un precio estándar. Por ejemplo, para el sitio web de la página de noticias Cultura Colectiva, maneja los siguientes costos (aproximados) por pieza:

Cabecera \$360

Laterales \$250

Botones \$180

Desplegables \$250

Anuncios \$180


Para publicaciones masivas e impresas como *Algarabía* o *Arqueología Mexicana*, los costos en sus espacios disponibles varían desde \$45,835 hasta \$105,575, dependiendo de la posición del anuncio, principalmente.

Todas las ilustraciones que se muestran en este trabajo son para ejemplificar lo que se plantea hacer con esta publicación.



Tarifas	
FORROS	
2ª y 3ª de forros	\$ 93,730
4ª de forros	\$ 105,575
INTERIORES	
1 página	\$ 80,340
½ página horizontal o vertical	\$ 45,835
½ página vertical	\$ 36,050

Tarifas de *Arqueología Mexicana* según posición (junio 2017).

Espacios fijos mensuales.



VERSIÓN MÓVIL

 	<p>LARGE MOBILE 320 píxeles x 100 píxeles</p> <p>BOX BANNER 300 píxeles x 250 píxeles</p>	<p>POSICIÓN 1: \$ 60,000 + IVA (mensual)</p> <p>POSICIÓN 2: \$ 50,000 + IVA (mensual)</p> <p>POSICIÓN 3: \$ 40,000 + IVA (mensual)</p>
--	---	--

Taríficas para anunciarse en *Letras Libres* (junio 2017).

ESPACIOS PUBLICITARIOS



HOME	<p>HEADER LEADBOARD 1200 píxeles x 110 píxeles 780 píxeles x 90 píxeles \$ 80,000 \$ 60,000</p>
	<p>BOX BANNER 300 píxeles x 250 píxeles \$ 50,000</p>
	<p>MEDIUM BOX BANNER 300 píxeles x 250 píxeles \$ 30,000</p>
	<p>MEDIUM LEADBOARD 1200 píxeles x 110 píxeles 780 píxeles x 90 píxeles \$ 60,000 \$ 40,000</p>
	<p>FOOTER BOX BANNER 300 píxeles x 250 píxeles \$ 20,000</p>
	<p>FOOTER LEADBOARD 1200 píxeles x 110 píxeles 780 píxeles x 90 píxeles \$ 20,000 \$ 20,000</p>

Espacios fijos mensuales.

Taríficas web de anuncios según posición, *Letras Libres* 2017.

TARIFAS	
PÁGINA COMPLETA:	MEDIA PÁGINA:
\$ 67,000 + IVA	\$40,000 + IVA
\$ 87,000 si <i>Letras Libres</i> diseña (Incluye dos interactividades)	\$55,000 si <i>Letras Libres</i> diseña (Incluye dos interactividades)
DOBLE PÁGINA VERTICAL U HORIZONTAL:	CUARTOS DE PÁGINA INSERTOS EN HASTA 3 ESPACIOS:
\$80,000 + IVA	\$60,000
\$100,000 si <i>Letras Libres</i> diseña (Incluye dos interactividades)	\$75,000 si <i>Letras Libres</i> diseña (Incluye dos interactividades)

Tarifas para anunciarse vía *tablet*, *Letras Libres* 2017.

Asimismo, para *Etnografías* también es importante que –una vez publicada la revista– su publicación sea viralizada por redes sociales. En el caso de Facebook, por cada publicación cobra de \$3 a 35 al mes –aunque a veces hay promociones diferentes–. En Twitter se puede promocionar por medio de clics, seguidores, reconocimiento de la cuenta o interacciones del tuit. Por estos medios, email marketing, boletines y la publicidad en motores de búsqueda (coste que viene incluido en la creación de la página web), también se apoyará para que haya más difusión de la revista.

A comparación de la publicidad tradicional, la digital se apoya considerablemente en impactos, *likes*, *shares*, retuits y alcances que tengan tanto la página web como las redes sociales. Es decir, toda la estrategia debe ir acompañada. Una ventaja, y a diferencia de la publicidad convencional/tradicional, es que se pueden seguir obteniendo visitas después de meses o años, pues los usuarios pueden acceder indefinidamente a la página, siempre y cuando esté actualizada.

Toda esta información puede calcularse con ayuda de programas gratuitos como Google Analytics (que muchas veces también viene añadido al paquete de venta del sitio web que desarrolla el programador).

Publicidad tradicional

Como se menciona arriba, la propuesta de *Etnografías* es que junto con la publicidad digital y los 10 anuncios en el PDF/ePub se costee la publicación.












Aunque con los avances tecnológicos la publicidad esté cambiando, “este tipo no deja de ser la preferida por los consumidores” (Merca 2.0). En general, el público confía más en esa publicidad. Sin embargo, una no se contrapone con la otra, mientras la estrategia sea complementaria, la publicidad tradicional y digital podrían combinarse para impactar a un gran número de lectores.

Para el caso de este tipo de publicidad lo más importante es el tiraje. Para las publicaciones periódicas que llevan tiempo en el mercado con un tiraje de 80,000-90,000 ejemplares, los costos son distintos a las publicaciones con pocos lectores.

Anuncio	mm	Precio por número
Doble Página	420x280	865 € + IVA / número
Página Completa	210x280	465 € + IVA / número
1/2 Página (hor.)	210x140	265 € + IVA / número
1/2 Página (ver.)	105x280	265 € + IVA / número
1/3 Página (hor.)	210x94	185 € + IVA / número
1/3 Página (ver.)	70x280	185 € + IVA / número

Precios de la publicidad para la revista *DNC* (2016-2017).

ESPACIOS PUBLICITARIOS

<p>2A DE FORROS 22 cm (ancho) x 28 cm (alto), con rebalse 21 cm (ancho) x 27 cm (alto) a corte</p> <p>\$ 155,000</p> 	<p>3A DE FORROS 22 cm (ancho) x 28 cm (alto), con rebalse 21 cm (ancho) x 27 cm (alto) a corte</p> <p>\$ 155,000</p> 	
<p>PÁGINA COMPLETA 22 cm (ancho) x 28 cm (alto), con rebalse 21 cm (ancho) x 27 cm (alto) a corte</p> <p>\$ 67,000</p> 	<p>DOBLE PÁGINA 42 cm (ancho) x 28 cm (alto), con rebalse Rebalse al centro del libro, 3.0cm</p> <p>\$ 120,000</p> 	<p>4TA DE FORROS 22 cm (ancho) x 28 cm (alto), con rebalse 21 cm (ancho) x 27 cm (alto) a corte</p> <p>\$ 185,000</p> 
<p>MEDIA PÁGINA (horizontal) 16.1 cm (ancho) x 11 cm (alto) e caja</p> <p>\$ 60,500</p> 	<p>MEDIA PÁGINA (vertical) 13.2 cm (ancho) x 27.8cm (alto) con rebalse 11 cm (ancho) x 27 cm (alto) a corte</p> <p>\$ 60,500</p> 	
<p>1/3 PÁGINA (vertical) 9 cm (ancho) x 28 cm (alto), con rebalse 8.5 cm (ancho) x 27 cm (alto) a corte 7.7 cm (ancho) x 28 cm (alto), con rebalse 7.2 cm (ancho) x 27 cm (alto) a corte</p> <p>\$ 38,000</p> 	<p>2/3 PÁGINA (vertical) 14.5 cm (ancho) x 28 cm (alto), con rebalse 14 cm (ancho) x 27 cm (alto) a corte 13.3 cm (ancho) x 28 cm (alto), con rebalse 13.3 cm (ancho) x 27 cm (alto) a corte</p> <p>\$ 68,500</p> 	
<p>CINTILLO 4.2 cm (ancho) x 16.1 cm (alto), e caja</p> <p>\$ 25,000</p> 	<p>1/4 PÁGINA 7.7 cm (ancho) x 13.8 cm (alto) e caja</p> <p>\$ 25,000</p> 	

POSTAL DESPRENDIBLE: \$ 40,000 Estos precios están en pesos mexicanos y no incluyen IVA. Dobles páginas, gateobús y encartes se cotizan a solicitud.

Tarifas para anunciarse en la revista impresa de *Letras Libres* (ejemplo), 2017.

Para contar con dicha publicidad, *Etnografías* enviará las especificaciones de posición, costos y demás requerimientos para el envío de publicidad para instancias que lo soliciten (Media kit). Para este número cero no se enviaron especificaciones ni costos a los medios, sin embargo en los próximos números se contará con información que especifique los espacios y costos de acuerdo al posicionamiento de la publicidad. En la página web, se colocarán banners en los espacios laterales para no restarle importancia al imago tipo ni al feed de las redes sociales.

Publicidad digital

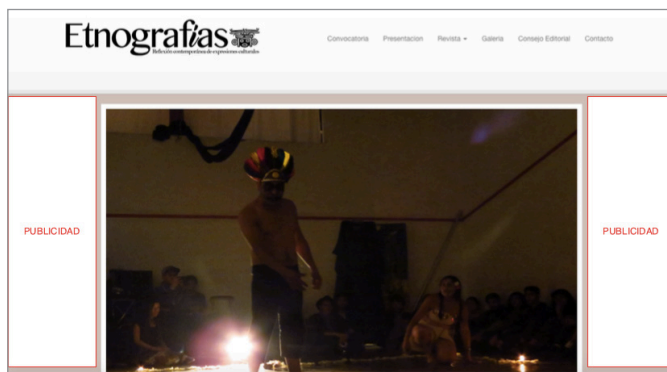
1. Economía
2. Instantánea (compra directa en un clic)
3. Conexión a internet
4. Medio interactivo (redes sociales)
5. Seguimiento continuo e inmediato a seguidores

Publicidad convencional

1. Grandes costos.
2. Tarda tiempo en captar clientes.
3. Necesita de medios masivos de comunicación como radio y TV.
4. No genera interacción.
5. Depende de encuestas y otros recursos que tardan tiempo en dar resultados.

Fuente: Geformas.

En resumen, todos estos aspectos se tomarán en cuenta para el sustento de la revista. A la par, y como punto importante, se buscarán los apoyos económicos de organizaciones, instituciones o programas que estén interesados por la publicación de *Etnografías*, como se ha mencionado antes.



Posicionamientos de publicidad en sitio web.

DERECHOS EDITORIALES

Propiedad intelectual

De acuerdo con la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, por su traducción al español), la propiedad intelectual se relaciona con las creaciones de la mente, ya sean invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio. Por ello, la propiedad intelectual se divide en dos categorías: la propiedad industrial y los derechos de autor.

Dichas categorías traen inmersos derechos, los cuales se establecen en el artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos y permiten al creador o titular gozar de los beneficios que derivan de su obra, así como beneficiarse de la protección de los intereses morales y materiales resultantes de las producciones científicas, artísticas y literarias, lo que merece importancia por el bienestar de la sociedad y su progreso tecnológico y cultural. En el caso de este proyecto, lo pertinente es hablar de derechos de autor.

Derechos de autor

El derecho de autor es un reconocimiento que hace el Estado a favor de todo creador de obras artísticas y literarias para que se gocen de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial (artículos 11-13, Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA]).

“Se considera una obra intelectual una expresión personal perceptible, original y novedosa de la inteligencia, resultado de la actividad del espíritu, que tenga individualidad, que sea completa y unitaria y que sea una creación integral” (citado en Rangel Medina, 1998).

El mismo texto explica que “para que una obra pueda ser protegida se requieren las siguientes condiciones: ser un acto creado por una persona física, corresponder al ámbito del arte, la ciencia o literatura y que se manifieste por cualquier medio que la haga perceptible a los sentidos” (citado en Rangel Medina, 1998).

El artículo 3º de la LFDA refiere que las “obras protegidas son aquellas de creación original susceptibles a ser divulgadas o reproducidas en cualquier forma o medio”. Asimismo, el artículo 5º de la misma ley, manifiesta que “la protección debe concederse a obras que han sido fijadas en soportes materiales”. Es decir, es un acto creado por una persona física, corresponde al ámbito del arte, ciencia o literatura y debe manifestarse en cualquier medio perceptible a los sentidos.

Para esta publicación, la revista *Etnografías* difundió a través de redes sociales la primera convocatoria para el número cero: Artistas Callejeros. En ella, se anunció a los colaboradores que sus trabajos no debían estar bajo derechos de autor o registro de marca (véase Anexo). Sin embargo, fue por medio del correo electrónico que se les aclaró el modo de licenciar el producto y se les envió una carta de cesión de derechos para cada caso en particular (véase Anexo) solamente para el número cero. Asimismo, en la página legal de la publicación, a los autores se les menciona y se les hace responsables de sus obras. En todo momento hubo consentimiento de los colaboradores para publicar sus trabajos.

En el capítulo II de la LFDA se habla que en un contrato de edición literaria exista un acuerdo en que obligue a las partes a reproducir,

distribuir y vender el derecho patrimonial de dicha obra. En este caso, *Etnografías* por ser una obra escrita, también se sujeta al derecho de establecer un acuerdo con cada uno de los colaboradores de la publicación, en la forma en que convengan ambas partes. Lo mismo con las imágenes de la revista, aunque este convenio se presente de manera distinta para los fotógrafos. Para este número, los autores ceden sus obras sin ningún valor monetario, ya que la publicación es gratuita, a menos de que alguno de los colaboradores no esté de acuerdo.

Finalmente, todos los trabajos tendrán el nombre del autor o los autores y un contacto para su reconocimiento. En el caso de las imágenes o trabajos fotográficos, en el capítulo II de los artículos 86-90, se determina que las obras deben ir siempre firmadas con el nombre del o los autores. De esta forma, se asegura que los derechos y obligaciones de las partes se cumplan en tiempo y forma. El artículo 53 de mismo capítulo, establece que en las publicaciones se debe constar con la información necesaria para su identificación, como año de edición o publicación, domicilios, número de publicación, ISBN o ISSN, fecha y otros datos que faciliten reconocer a los implicados de las publicaciones, como a autores y editores.

Para realizar estos procedimientos jurídicos que se acaban de mencionar, a la par se cumplieron con los siguientes requisitos que una publicación periódica debe efectuar para tener la protección del Estado y el reconocimiento de éste y el mundo editorial.

Registro

Para llevar a cabo el registro de la obra, primeramente se llenaron adecuadamente los formatos que la página web del Instituto Nacional del Derecho de Autor (Indautor) proporciona. Por ser una revista digital periódica, el primer paso fue dictaminar ante el instituto si la denominación de ésta, es decir, el nombre: *Etnografías* podía registrarse o ya existía con anterioridad en la categoría de difusión periódica (publicaciones electrónicas). Éste, sirve para conocer los antecedentes de reservas previamente otorgadas o en trámite.

Después de este dictamen previo, se llevó a cabo la reserva de derechos en la misma categoría, para obtener el certificado de registro por parte del Indautor como Reserva de derechos del dibujo del logotipo. En este caso, el objeto de protección es el título de la obra.

De acuerdo con Indautor, “una reserva de derechos es la facultad que tiene una persona moral o física para usar o explotar de forma exclusiva títulos, nombres, denominaciones, características físicas y psicológicas distintivas, o características de operación originales aplicados de acuerdo con su naturaleza”. En el Título VIII De los registros de derechos, Capítulo I Del registro Público del Derecho de Autor, artículo 162 se garantiza esta seguridad jurídica a los autores, titulares de derechos conexos o titulares de derechos patrimoniales.

En el caso de las publicaciones o difusiones periódicas, que se establece en el Capítulo II De las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo, el artículo 173 faculta a los titulares a usar o explotar nombres,

denominaciones, características físicas y psicológicas o características de operación originales aplicados.

En publicaciones periódicas debe actualizarse el registro cada año, a partir de su fecha de expedición, de acuerdo al artículo 189 de la LFDA.

Posteriormente, se proseguirá con el ISSN (Número Internacional Normalizado para Publicaciones Periódicas, por sus siglas en español), que es un código numérico reconocido de manera internacional y brinda seguridad para obtener, administrar y transferir información referente a las publicaciones periódicas existentes, evitando errores de identificación del título o la información hemerográfica. Es un número obligatorio (artículo 53, LFDA) y es indispensable para las publicaciones que quieren brindar puntos a investigadores o instituciones. Se compone de ocho cifras, las que se asocian al título de la publicación y el medio de presentación. Por lo tanto, cualquier cambio requiere un nuevo ISSN.

Asimismo, al ser este proyecto de naturaleza digital, se tomó en cuenta otro tipo de licencias que han surgido a partir del auge de los medios electrónicos.

Licencia Creative Commons (CC)

Para todo el producto también se utilizó una licencia Creative Commons.

Creative Commons es un proyecto sustentado en el ethos de la interactividad creativa y en donde se promueve compartir la creación individual o colectiva, con el próximo, con el vecino y con la comunidad. Esta corporación pretende transformar el licenciamiento de los

trabajos creativos en una tarea sencilla para el público. La idea que subyace en este proyecto es facilitar estos procesos de licenciamiento para poder quebrar los ya viejos y toscos términos del copyright, aquéllos que por defecto van quedando en las legislaciones a nivel mundial (Vercelli).

Por tal motivo, CC se adapta a las necesidades del producto. *Etnografías* busca promover la accesibilidad de estos trabajos divulgativos para que el público pueda visualizarlos y compartir los fácilmente. Para ello, este producto tiene la licencia:



que protege al autor y su obra en medios digitales. En esta licencia se da la libertad de copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato, además de adaptar (remezclar, transformar y crear a partir del material para cualquier propósito, incluso el comercial).

Para tal efecto, se debe dar crédito, proporcionando un enlace a la licencia e indicando los cambios que se hayan hecho, teniendo siempre el apoyo del licenciante.

Esta licencia también requiere que, si se hacen cambios o transformaciones al material original, se comparta de la misma forma, con la misma licencia que la obra original.

ANEXOS

Etnografías

Redacción contemporánea de expresiones culturales

CONVOCA

**ARTISTAS, ESCRITORES, FOTÓGRAFOS,
ESTUDIANTES, INVESTIGADORES O PROFESIONALES
A PARTICIPAR EN EL NÚMERO CERO
ARTISTAS CALLEJEROS**

OBJETIVOS

- Sensibilizar a lectores a través de la divulgación de una publicación periódica de carácter etnográfico
- Acercar al público lector por medio del soporte digital y las redes sociales hacia temáticas con perspectiva etnográfica

BASES

1. Podrán participar todos los interesados en el estudio de los artistas callejeros desde la perspectiva histórica-artística-etnográfica.
2. Los participantes deberán ser mexicanos mayores de 18 años.
3. Se aceptan propuestas visuales y escritas en los siguientes géneros:
 - Reportaje etnográfico
 - Etnografía
 - Entrevista
 - Literatura (poesía, narrativa)
 - Artes visuales (dibujo, pintura, fotografía, cine, performance)
 - Ensayo breve de humanidades (estética, antropología, historia, lingüística)
4. Se dará preferencia a los productos actuales. Los trabajos deben estar exentos de derechos o responsabilidades con cualquier instancia o persona que pueda requerir autorización para su uso.
5. No se aceptan fotografías o textos copiados, ni reproducciones de obras originales bajo derechos de autor de un tercero o con registro de marca.
6. Deberán enviarse todos los archivos en carpeta comprimida al correo etnografiasexpresion@gmail.com con los siguientes datos:
 - Nombre completo
 - Edad
 - Correo electrónico
 - Teléfono de contacto
 - Escolaridad o Profesión
 - Técnica (si requiere)
 - Nombre de la obra o título

7. Las obras fotográficas deben enviarse en resolución 72 dpi y en formato jpg. Incluir pie de foto, breve descripción de la imagen y semblanza del autor.
8. Las obras escritas deben enviarse en formato Word. Máximo cinco cuartillas en letra Arial 10 con 1.15 de interlinea.
9. No se aceptan trabajos en otros formatos no establecidos en esta convocatoria.

Fecha límite de entrega 1° de mayo de 2017

- La selección de las obras será responsabilidad del Consejo Editorial que está constituido por profesionales en la materia.
- Los resultados se darán a conocer por correo electrónico personalmente el día 30 de junio de 2017

PUBLICACIÓN

- Una vez seleccionados los trabajos, todo el proceso será llevado a cabo a través del correo electrónico etnografiasexpresion@gmail.com
- El autor de la obra deberá firmar un contrato autorizando su publicación, lo que a partir de ello pasará a formar parte de Etnografías.
- El fallo emitido por el Consejo será inapelable.

Infórmese al correo:
etnografiasexpresion@gmail.com
Redes sociales
f Etnografías / @EEtnografías

Convocatoria para número cero.



Solar Servicios Editoriales
Calle Dos, no. 21 San Pedro de los Pinos Benito
Juárez
México 03800

Servicios editoriales para el manejo inteligente del documento

Fecha: 24/05/2017 09:21 AM
Vigencia: 10 días naturales
Cotización: 51506930

Dirección:

--	--

Organización: **Editorial Etnografías**
Contacto: **Greta Gómez**


En respuesta a su solicitud de cotización pongo a su amable consideración el presupuesto para lo siguiente:

S.No.	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
1.	LIBRO POD (POD006)	10	\$307.49	\$3,074.90
	05_17_211 ETNOGRAFÍAS Greta Gómez Cromática_10 Título: Cromática 4x4 en interiores 4x4 en forros 80 páginas Tamaño carta 21.5 x 28 cm Papel couché mate de 115 gramos para interiores Papel couché mate de 300 gramos para forros Laminado mate Encuadernado en rústica cosida			
			Subtotal	\$3,074.90
				I.V.A.: \$491.98
			Total	\$3,566.88

Observaciones

CUALQUIER CAMBIO EN LAS CARACTERÍSTICAS AQUÍ DESCRITAS, REPERCUTIRÁ EN EL PRECIO FINAL. LAS CONDICIONES DE PAGO SON LAS SIGUIENTES: 50% DE ANTECIPADO Y 50% CONTRA ENTREGA. LA VIGENCIA DE ESTA COTIZACIÓN ES DE 10 DÍAS NATURALES A PARTIR DE LA FECHA DE SU EXPEDICIÓN; SI TIENE ALGUNA DUDA CON REFERENCIA A LA MODA, FAVOR DE COMUNICARSE AL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN O CON EL EJECUTIVO QUE LE ESTÁ ATENDIENDO, SIN MÁS POR EL MOMENTO, Y EN ESPERA DE CONTAR CON SU PREFERENCIAL, ESPERAMOS A SU ORDEN; ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN GASTOS DE ENVÍO FUERA DEL ÁREA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE MÉXICO. TODO ACUERDO RELACIONADO CON PRECIOS Y FACTURACIÓN, FAVOR DE DIRIGIRSE CON ANDREA MAGOS AL TEL. 55-15-16-57, EXT. 209 / andrea.magos@solarservicios.com

Cotización por la impresión digital de 10 ejemplares.

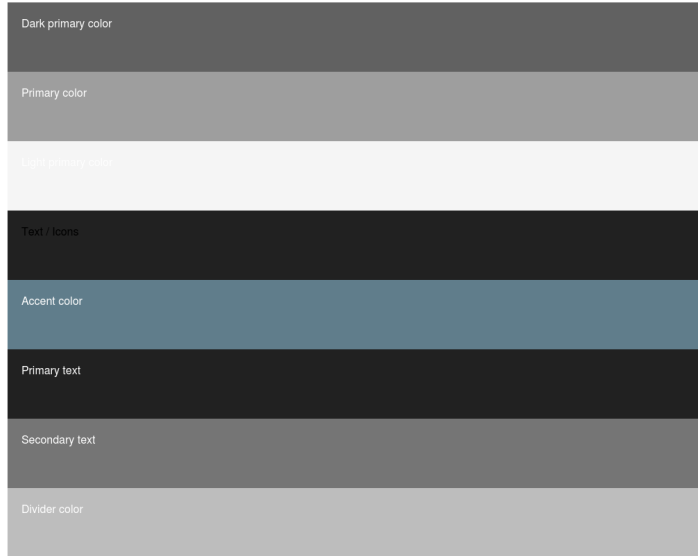
 Solar Servicios Editoriales Calle Dos, no. 21 San Pedro de los Pinos Benito Juárez México 03800	Servicios editoriales para el manejo inteligente del documento																																																																											
	Fecha: 24/05/2017 09:22 AM Vigencia: 10 días naturales Cotización: 51506931																																																																											
Dirección:																																																																												
Organización: Editorial Etnografías Contacto: Greta Gómez																																																																												
En respuesta a su solicitud de cotización pongo a su amable consideración el presupuesto para lo siguiente:																																																																												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>S.No.</th> <th>Descripción</th> <th>Cantidad</th> <th>Precio unitario</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td>LIBRO POD (POD006)</td> <td>20</td> <td>\$267.58</td> <td>\$5,351.60</td> </tr> <tr> <td></td> <td>05_17_211 ETNOGRAFÍAS Greta Gómez Cromática_20</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Título: Cromática</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>4x4 en interiores</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>4x4 en forros</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>80 páginas</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Tamaño carta 21.5 x 28 cm</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Papel couché mate de 115 gramos para interiores</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Papel couché mate de 300 gramos para forros</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Laminado mate</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Encuadernado en rústica cosida</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Subtotal</td> <td>\$5,351.60</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>I.V.A.:</td> <td>\$856.26</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Total</td> <td>\$6,207.86</td> </tr> </tbody> </table>	S.No.	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total	1.	LIBRO POD (POD006)	20	\$267.58	\$5,351.60		05_17_211 ETNOGRAFÍAS Greta Gómez Cromática_20					Título: Cromática					4x4 en interiores					4x4 en forros					80 páginas					Tamaño carta 21.5 x 28 cm					Papel couché mate de 115 gramos para interiores					Papel couché mate de 300 gramos para forros					Laminado mate					Encuadernado en rústica cosida							Subtotal	\$5,351.60				I.V.A.:	\$856.26				Total	\$6,207.86	
S.No.	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total																																																																								
1.	LIBRO POD (POD006)	20	\$267.58	\$5,351.60																																																																								
	05_17_211 ETNOGRAFÍAS Greta Gómez Cromática_20																																																																											
	Título: Cromática																																																																											
	4x4 en interiores																																																																											
	4x4 en forros																																																																											
	80 páginas																																																																											
	Tamaño carta 21.5 x 28 cm																																																																											
	Papel couché mate de 115 gramos para interiores																																																																											
	Papel couché mate de 300 gramos para forros																																																																											
	Laminado mate																																																																											
	Encuadernado en rústica cosida																																																																											
			Subtotal	\$5,351.60																																																																								
			I.V.A.:	\$856.26																																																																								
			Total	\$6,207.86																																																																								
Observaciones																																																																												
<small>CUALQUIER CAMBIO EN LAS CARACTERÍSTICAS AQUÍ DESCRITAS, REPERCUTIRÁ EN EL PRECIO FINAL. LAS CONDICIONES DE PRAGO SON LAS SIGUIENTES: 10% DE ANTICIPO Y 50% CONTRA ENTREGA. LA VIGENCIA DE ESTA COTIZACIÓN ES DE 10 DÍAS NATURALES A PARTIR DE LA FECHA DE SU EMISIÓN. SI TIENE ALGUNA DUDA CON REFERENCIA A LA MISMA, FAVOR DE COMUNICARSE AL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN O CON EL EJECUTIVO QUE LE ESTÁ ATENDIENDO, SIN MÁS POR EL MOMENTO. Y EN ESPERA DE CONTAR CON SU PREFERENCIA, ESTAMOS A SUS ÓRDENES. ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN GASTOS DE ENVÍO FUERA DEL ÁREA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE MÉXICO. TODO ASUNTO RELACIONADO CON PAGOS Y FACTURACIÓN, FAVOR DE DIRIGIRSE CON ANDREA MAZOS AL TEL. 55-15-16-57, EXT. 209 / andrea.mazos@solarservicios.com</small>																																																																												

Cotización por la impresión digital de 20 ejemplares.



Guía de página web.

Palette generated by Material Palette -
materialpalette.com/grey/blue-grey



Paleta de colores de página web.

Ciudad de México, noviembre 2017

DERECHOS DE AUTOR

Por este medio, quien suscribe esta carta certifica que autoriza a Greta Valentina Gómez Camacho la reproducción de la serie fotográfica **En estas calles, técnica digital**, Oaxaca, 2011-2016, en la publicación **Etnografías, número cero: artistas callejeros, con fecha marzo-agosto 2018**.

Este acto se autoriza a la beneficiaria para publicar esta obra en formato impreso y electrónico, así como a reproducirla con fines de divulgación de la investigación académica científica, cultural y tecnológica. Asimismo, se compromete a entregar por escrito a Greta Valentina Gómez Camacho los permisos para la reproducción de creaciones de otra autoría que acompañen a esta obra, **en caso de que los haya** y sean requeridos por el propietario. Finalmente, libera a Greta Valentina Gómez Camacho de toda responsabilidad que pudiera surgir por el manejo de esta obra o pudiera afectar a intereses de terceros.

Itandehi Franco Ortiz

Nombre completo y firma del autor de la imagen

Carta de cesión de derechos firmada de serie fotográfica.

REVISTA *Etnografías*

CARTA DE ORIGINALIDAD Y CESIÓN DE DERECHOS

Por medio de la presente, manifiesto que el trabajo de investigación titulado "El hip hop es mi vida... El rap es lo que me hace fluir dentro de la misma vida" que presento para la revista *Etnografías* es original y que sus contenidos son producto de mi directa contribución intelectual, todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal.

Declaro que la obra no ha sido publicada previamente en ninguna de sus versiones ni completa ni en partes, y me comprometo a no someterlo a consideración de otra publicación.

Cedo a Greta Valentina Gómez Camacho el uso de esta obra. Este acto de cesión de derechos autoriza de manera ilimitada en el tiempo para reproducir, editar, publicar, distribuir, exhibir y comunicar la obra en el país y en el extranjero en formatos impresos, audiovisuales y digitales o cualquier otro medio conocido o por conocer, así como a reproducirla exclusivamente con fines de divulgación del conocimiento científico y cultural.

Finalmente declaro que los materiales complementarios están libres de derecho de autor y me comprometo a entregar por escrito a Greta Valentina Gómez Camacho los permisos para la reproducción de creaciones de la autoría de terceros que acompañen la obra presentada, **en caso de que los haya** y sean requeridos por el propietario, y me hago responsable de cualquier litigio o reclamación relacionada con derechos de propiedad intelectual, exonerando de responsabilidad a Greta Valentina Gómez Camacho.


Nombre y firma del autor

ALCED94050115H800
RFC o INE:

13-11-2017
Fecha

Carta de cesión de derechos firmada de texto.

CERTIFICADO

Reserva de Derechos al Uso Exclusivo

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 173, 174, 175 y 189 de la Ley Federal del Derecho de Autor, 70 y 77 de su Reglamento, el Instituto Nacional del Derecho de Autor otorga la presente:

RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO

RESERVA: 04 - 2017 - 121209313600 - 203

TÍTULO: ETNOGRAFÍAS

GÉNERO: DIFUSIONES PERIÓDICAS

ESPECIE: DIFUSIÓN VÍA RED DE CÓMPUTO

TITULAR: GRETA VALENTINA GÓMEZ CAMACHO 100%

DOMICILIO: MÉDICOS 17 INTERIOR 2
EL SIFÓN
IZTAPALAPA CP: 9400
DISTRITO FEDERAL


El presente certificado tendrá una vigencia de un año, contado a partir de la fecha de expedición, y podrá ser renovado por periodos sucesivos iguales, previa comprobación fehaciente del uso de la reserva de derechos que el interesado presente a este Instituto dentro del plazo comprendido desde un mes antes, hasta un mes posterior al día de su vencimiento. En caso de no renovarse en los términos señalados, la reserva de derechos caducará de conformidad con lo dispuesto por los artículos 185, 186 y 191 de la Ley Federal del Derecho de Autor y 79 de su Reglamento.


Con fundamento en los artículos 176, 179, 182, fracción II, 183, fracción I, 184, fracción I y 188, fracción I, inciso a), de la Ley Federal del Derecho de Autor, la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo que ampara el presente certificado deberá ser utilizada tal y como ha sido otorgada por esta autoridad; sin sufrir cambios que pudieran presentar identidad o semejanza que cause confusión con otra previamente otorgada, toda vez que durante su vigencia podrá ser objeto de cancelación, o bien, al momento de solicitar su renovación, la misma será negada.

México D.F., 12 de diciembre de 2017

EL DIRECTOR

ROGELIO RIVERA LIZÁRRAGA


Dionisio O. Reyes López
Revisó
Jefe de Departamento


Miriam Pérez Pacheco
Supervisó
Subdirector

CULTURA
SECRETARÍA DE CULTURA



INDAUTOR
INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR

Certificado de Reserva de Derechos.

OBRAS CITADAS

- Alcalde, Jorge. *Revistas de divulgación. El nuevo “papel” de la ciencia*. Web. 29 octubre 2016.
- Algarabía. “Anúnciate”. Web. 24 de mayo de 2017.
- Álvarez Roldán, Arturo. “La invención del método etnográfico. Reflexiones sobre el trabajo de campo de Malinowski en Melanesia”. *Antropología*. Universidad de Granada. Marzo 1994.
- “American Typewriter”. Letrag. Web. 24 de mayo de 2017.
- “Athelas”. Directorio de Tipografía Latinoamericana. Web. 24 de mayo de 2017.
- Ávalos Flores, Elvia Lucía. *Derecho a la imagen y responsabilidad civil*. México: UNAM, IJJ. PDF.
- Barba, Sandra. “¿Qué es la fotografía contemporánea?” *Letras Libres*. 27 sept. 2016. Web. 28 septiembre 2016.
- Bartra, Roger. *La sangre y la tinta. Ensayos sobre la condición postmexicana*. México: Debolsillo, 2013.
- “Bell MT”. Letrag. Web. 24 de mayo de 2017.
- Bravo Regidor, Carlos. “Orientalismo”. *Letras Libres*. 7 agosto 2008. Web. 6 abril 2018.
- Brisset, Demetrio E. *Fotos y cultura, usos expresivos de las imágenes fotográficas*. Universidad de Málaga. 2010. Web. 22 septiembre 2016.
- Campo A., Lorena A. *Diccionario básico de antropología*. Quito, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana/Abya-Yala, 2008.
- Castillo García, Naix’ieli. “¿Acceso abierto a publicaciones científicas?” *UNAM*. 26 marzo 2014. Web. 16 noviembre 2016.

- Clifford, James. *Dilemas de la cultura. Antropología, literatura y arte en la perspectiva posmoderna*. Barcelona: Gedisa, 1988.
- Clifford, James. *Itinerarios transculturales*. Barcelona: Gedisa, 1997.
- Cohen, Sandro. *Redacción sin dolor*. México: Planeta, 1994.
- Cultura Colectiva. “Anúnciate”. Web. 24 de mayo de 2017.
- De Sagastizábal, Leandro y Fernando Esteves Fros. Comp. *El mundo de la edición de libros*. Buenos Aires: Paydós, 2002.
- Del Rincón et al. *Técnicas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Dykinson, 1995.
- “Diferencia entre una revista científica y una revista de divulgación”. *Ejecución de las penas*. 27 de enero de 2014. Web. 11 de mayo de 2017.
- Elizalde, Lydia. “Revisión crítica de la plástica mexicana actual en la revista *La Tempestad*”. Conferencia La producción multimedia en el arte actual. Universidad Autónoma de Barcelona. Departamento de Filosofía. Lunes 24 de octubre 2016.
- “Etnografía”. *Wikipedia*. Web. 18 octubre 2016.
- Garrigues, Emanuel. “¿Qué es la etnofotografía? Introducción a la entrevista con Pierre Verger”. *Revista valenciana d’etnologia*. Núm. 4, 2008. PDF.
- Gutiérrez Medina, Luis Fernanda. “El método etnográfico como estrategia en el arte contemporáneo”. Blog. Web. 5 diciembre 2016.
- Harris, Marvin. *Antropología cultural*. México: Alianza Editorial, 2004.
- Martí, Samuel. “Simbolismo de los colores, deidades, números y rumbos.” México: UNAM. 1960.

- Martín González, Juan Carlos y José Antonio Merlo Vega. “Las revistas electrónicas: características, fuentes de información y medios de acceso”. 2003. PDF.
- Marxen, Eva. “La etnografía desde el arte. Definiciones, bases teóricas y nuevos escenarios.” *Alteridades*. Ene.-jun. 2009. Web.
- Merino, María Eugenia. *Escribir bien, corregir mejor. Corrección de estilo y propiedad idiomática*. México, DF: Trillas, 2007.
- México. *Ley Federal del Derecho de Autor*. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1996. DOF 13-01 (2016): 68. PDF.
- Normas APA, 3a y 6a edición. 2011, 2017.
- “La psicología del color aplicada al diseño gráfico”. *Redcuadrada*. 2015. Web. 1 de junio de 2017.
- Lewis, Angharad. *¿Quieres publicar una revista? Autoedición, diseño, creación y distribución de publicaciones independientes*. México: GG, 2016.
- Lotman, Yuri. “Arte como lenguaje”. *Amoxcalli*. Guatemala: Universidad de San Carlos. 2005. Web. 7 abril 2018.
- Quintana, Sara. “Diseño de una retícula para maquetar”. *Sara Quintana. Diseño y comunicación en Barcelona*, 18 de febrero 2016. Web. 5 de abril 2017.
- Rangel Medina, David. *Propiedad intelectual*, “Los derechos de autor”. México: McGraw-Hill, 1998.
- “Roboto”. Google Fonts. Web. 24 de mayo de 2017.
- Roland, Barthes. *La cámara lúcida: Notas sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós, 1981.
- Rodríguez Gómez, David et al. *Metodología de la investigación*. España: UOC, 2009.

- Said, Edward. *Orientalismo*. Barcelona: Debolsillo, 2007.
- Samara, Timothy. *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: GG, 2004.
- Serafini, Ma. Teresa. *Cómo se escribe*. México: Instrumentos Paidós, 1994.
- Sharpe, Leslie e Irene Gunther. *Manual de edición literaria y no literaria*. México: FCE, 2005.
- Spivak, Gayatri. “Puede hablar el subalterno?”. *Revista Colombiana de Antropología*, vol. 39. Colombia: Instituto Colombiano de Antropología e Historia. Enero-diciembre 2003. Web. 9 abril 2018.
- Suber, Peter. *Acceso abierto*. México: UAEM, 2015.
- “Transdisciplinariedad”. *Edgar Morin*. Web. 5 diciembre 2016.
- Unger, Gerard. *Qué ocurre mientras lees, Tipografía y Legibilidad*. México, Campgràfic, 2009.
- Vercelli, Ariel. *La conquitsa silenciosa del ciberespacio*. Argentina: Universidad Autónoma de Buenos Aires, 2004.
- Villela, Samuel. “Anita Brenner en la fotografía mexicana y su expedición etnofotográfica a Guerrero”. *Antropología*. 2010. Web. 19 septiembre 2016.
- Zamorano, Gabriela y Andrade, X. “Antropología visual en Latinoamérica”. Centro de estudios Antropológicos, El Colegio de Michoacán. *Íconos*. Quito: FLACSO, enero 2012.
- Zavala, Lauro. *De la investigación al libro. Estudios y crónicas de bibliofilia*. México: UNAM, 2007.

MANUAL DE ESTILO

Etnografías 
Reflexión contemporánea de expresiones culturales

Greta Gómez



Índice

NORMAS EDITORIALES•

Introducción	5
Política editorial	6
Lineamientos para publicar	6
Secciones	8
Imágenes	10
Evaluación y proceso de selección	11
CRITERIOS EDITORIALES•	12
Generalidades	12
Cualidades de estilo	12
Comillas	13
Guiones	13
Diálogos	13
Paréntesis y corchetes	14
Cursivas, negritas y subrayado (tecnicismos, extranjerismos)	14

Mayúsculas y versalitas	15
Abreviaturas, acrónimos y siglas	15
Signos, símbolos y caracteres especiales (como asterisco)	16
Coma	17
Puntos suspensivos	17
Números (Guarismos)	17
Citas y referencias	18
Imágenes, ilustraciones y fotografías	21
Excepciones	21
HOJA DE ESTILOS●	23
Generalidades	23
Sitio web	31
ANEXO●	33

INTRODUCCIÓN



Todo producto editorial que se ofrece al público lector debe poseer coherencia entre su contenido y su política editorial. Para contribuir a ello se conforma un manual de estilo de cada casa editorial o para la publicación en la que se trabaja.

Este manual, más allá de brindar calidad al lector, así como novedosas publicaciones, busca sistematizar las decisiones editoriales de acuerdo a las necesidades de la revista *Etnografías* y sus propósitos.

Además, sirve como herramienta para que los colaboradores tengan un punto de encuentro y guía para la elaboración de contenidos. Un manual de estilo ayuda a guiar a los escritores o revisores con las pautas y criterios que deben seguir para unificar lineamientos. Esto favorecerá a la publicación, junto con el diseño de la revista, la comunicación con los lectores y la identidad de ésta.

Cabe destacar, que cada contenido debe seguir estas características. De esta manera, la revisión se hará de acuerdo con estos criterios y normas, por lo que se involucrará un trabajo de revisión, corrección y edición para su actualización y publicación final, lo que sirve como auxiliar para mejorar la claridad en la redacción y presentación de las obras.

Todo este trabajo se realiza para la presentación final hacia el lector, pues es él a quien le debemos precisión en la redacción. No obstante, quienes estarán en contacto directo con el manual serán los colaboradores, correctores de estilo, diseñadores y editores de la publicación.

Política editorial

Etnografías es una revista digital de fotografía etnográfica (etnofotografía) que se publica cada seis meses para un lector diverso, entre las edades de 18 a 40 años de edad.

Entendemos por divulgación del latín *divulgare*, de acuerdo con la Real Academia Española (RAE) significa: publicar, extender, poner al alcance del público algo. Es decir, “divulgar el conocimiento científico y técnico, comunicar temas de ciencia y cultura al público general, de una manera comprensible y amena, con claridad, amplitud y responsabilidad” (citado en “Ejecución de las penas”, 2014). Por ser una revista de divulgación, el lenguaje debe ser sencillo, claro y conciso.

En *Etnografías* se privilegiarán las propuestas actuales que contengan contenido visual y crítico, es decir que haga referencia y análisis hacia un fenómeno social actual.

Lineamientos para publicar

En la convocatoria que se publica en cada número (véase Anexo) se especifican los primeros requisitos de recepción de trabajos para la revista digital *Etnografías*. Sin embargo, en este apartado se detallarán con mayor detenimiento.

- Podrán publicar artistas, escritores, fotógrafos, estudiantes, investigadores o profesionales que conozcan el tema sobre el número monográfico. Los participantes deben ser mayores de 18 años de edad.
- Se dará preferencia a los productos que estén exentos de derechos, sean inéditos o sin responsabilidades con cualquier otra instancia o persona. Dicho esto, en las convocatorias se especificará desde un inicio la licencia de Creative Commons que se usará para toda la publicación.



Atribución-CompartirIgual 2.5 México
(CC BY-SA 2.5 MX)

- El modo de envío es a través del correo etnografiasexpresion@gmail.com, aunque también puede haber comunicación por medio de las redes sociales (F: Etnografías; T: @EEtnografías) y la página web etnografias.com.mx
- La extensión máxima para los textos es de 5 cuartillas, es decir: máximo 8,000 caracteres. Se enviarán en formato Word.
- La tipografía para la revisión es en letra Arial tamaño 12 para el cuerpo del texto, con 12.5 en títulos. La interlínea para una buena comprensión de lectura es de 1.5, con una alineación justificada y centrada sin sangría.
- La semblanza de autor es máximo de media cuartilla (máximo 500 caracteres) con letra Arial 12, a 1.5 de interlínea, con justificación centrada. Se sugiere añadir una fotografía del autor a 72 dpi, en formato jpg. La información del autor debe contener su nombre completo, área de investigación, último grado académico o profesión, escuela (nombre universidad) o nombre de la institución a la que pertenece, ciudad, país y contacto (correo electrónico o redes sociales).
- El estilo bibliográfico para la publicación es American Psychological Association (APA) por ser una publicación de divulgación cultural. Se invita a revisar la última actualización. En los criterios editoriales se detalla más sobre este punto.
- Al final de cada revisión, corrección e inclusión de las obras también se les enviará a los autores cartas de cesión de derechos.

Secciones

Por ser una publicación periódica con diversas peculiaridades en cada número y en cada sección se establecen distintas especificaciones que no varían tanto una de la otra, con el fin de clarificar el estilo.

En todos los textos se incluirá el contacto del autor (correo electrónico o redes sociales), su fotografía y una breve semblanza.

Las secciones se diferencian por colores, atendiendo a los llamados colores terciarios. Cada sección tiene un color específico, para Semblanzas el color violeta, para Perspectivas rojo terracota o vino, para Galería amarillo ocre con negro, para Mapeos verde jade y Oralidad azul turquesa (en la Hoja de estilos se marcan sus porcentajes). Estos colores se colocaron conforme a la unidad de sentido que se mantiene con el logotipo. Es decir, para el logotipo se buscó escoger una parte (sinécdoque) del Dios mexica Xipetotec (Dios del desollamiento) debido a que en el libro de la *La sangre y la tinta* del antropólogo Roger Bartra, ese dios es el escogido por él como el santo patrono de los etnofotógrafos por la manera en que los fotógrafos revelan (como metáfora de desollar) al ser fotografiado. Por lo tanto, los colores usados en este dios (colores que también podrían llamarse prehispánicos), son los mismos que se usan en toda la publicación digital.

A continuación se mencionan las diferencias entre las secciones.

- Semblanzas: entrevistas a personajes relevantes para la temática de la revista, puede ser una entrevista escrita, una semblanza de autor o sobre un personaje relevante que dé cuenta o resuelva inquietudes a los lectores sobre el número monográfico. Por tener un discurso más relajado en la revista donde a veces el lenguaje puede ser dialectal o incluso coloquial, no se llevará a cabo una dictaminación tan rigurosa.
- Perspectivas: su tono discursivo es el más académico de la revista por ser reportajes etnográficos y trabajos teóricos como ensayos, que sean propuestas recientes de autores que reflexionen a través de la etnografía: fenómenos sociales que interesen a los lectores y que evidencien otros aspectos humanos. Esta sección tendrá más referencias que otras y su dictaminación es la más rigurosa. Algunas veces los autores podrán no enviar imágenes, pero sí figuras o tablas.
- Mapeos: sección dedicada al arte etnográfico mexicano; puede ser una sección escrita o visual; se mostrarán los trabajos pictóricos, escultóricos, performáticos, muralísticos, de dibujo o de instalaciones que se acerquen desde la etnografía a la temática preestablecida en la publicación. Todo lo relacionado a este punto se podrá evaluar de acuerdo a qué representa,

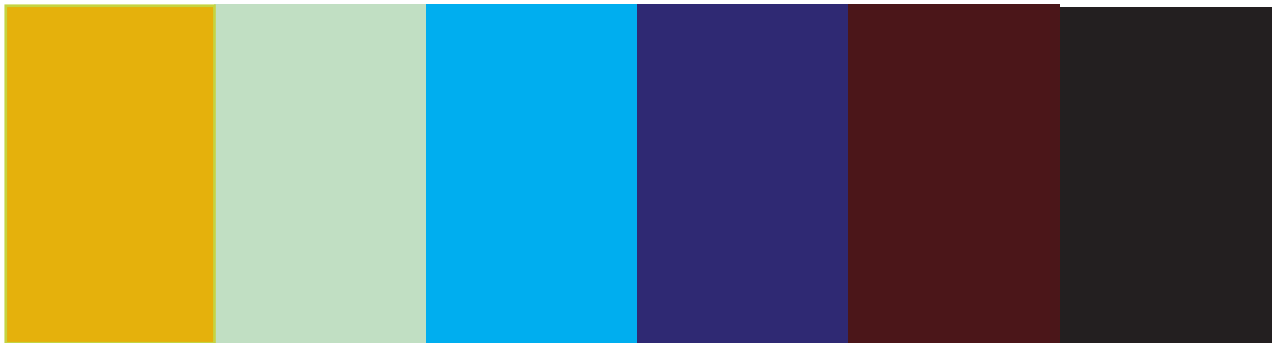
comunica y transforma con relación al número monográfico de la publicación. No obstante, se privilegiarán trabajos que sean críticos hacia el *establishment*.

- Galería: es la parte central de la revista, por lo que se le dedicarán más páginas enfocadas a la etnofotografía. El formato en esta sección dará más resalte a lo visual, por lo que las fotografías serán de más tamaño que en las otras secciones. Esta sección se subdividirá dependiendo de las colaboraciones que se obtengan de cada convocatoria, puede ser por autores o subsecciones. En el PDF se dispondrán de manera distinta que en el *ePUB* y en el sitio web, dependiendo de cada número.
- Oralidad: temas literarios cortos que cierren la publicación de manera amena como cuentos, mitos, poesía. En cuanto a estos temas, se le dará preferencia a quienes se acerquen a describir la realidad desde el discurso etnográfico literario. No serán dictaminados por más de un especialista.

Cada una de ellas será escrita o presentada por distintos colaboradores que envíen sus trabajos a través de la convocatoria que se difundirá para cada número monográfico. Por lo tanto, los contenidos y las posturas de cada una de las obras serán reflejo propio de los autores y no de la publicación en sí misma. Sin embargo, antes de cada publicación, se hará una revisión exhaustiva de cada obra, con los lineamientos estipulados y actualizados.

La estructura del artículo en general es la siguiente: título y subtítulo, sumarios, nombre del autor, cuerpo de texto, fotografías, (tablas, cuadros, figuras o gráficas si se requiere), notas (sólo las necesarias) y referencias.

El lenguaje debe ser sencillo y de preferencia segmentado (de acuerdo a la categorización de Ma. Teresa Serafini, 1994). Pueden revisar la siguiente página: <https://retoricaprofesional.files.wordpress.com/2013/03/cocc81mo-se-escribe-teresa-serafini.pdf>



Imágenes

Para las secciones con imágenes, ya sean dibujos, fotografías u otro tipo de arte visual, el Consejo Editorial decidirá qué se publicará, de acuerdo con el número monográfico.

- Para las imágenes se recomienda enviarlas por separado en formato .jpg a 72 dpi. Se sugiere referir en el texto la imagen que el autor prefiere en cada sección o parte y nombrarlas.
- En los textos con imágenes no se permitirán más de tres fotografías o ilustraciones.
- Las series fotográficas no deben abarcar más de 10 fotografías.
- Las ilustraciones que contengan una breve descripción (150 caracteres), deben tener los siguientes datos: título, fecha, autor o fuente y estar numeradas, con la finalidad de fácil identificación.
- Todas deben tener pie de foto, ejemplo:



Señora con ramos de flores pasa frente a mural pintado
para Día de Muertos, Mercado de la Merced
Fotografía digital
Oaxaca, 2014.

Evaluación y proceso de selección

Las obras serán evaluadas por el Comité Editorial de la revista y dictaminadas por distintos especialistas. Los informes serán enviados a los autores con la decisión final del Comité Editorial en la fecha estipulada en la convocatoria. Cualquier obra que no posea los requisitos especificados en ella, será rechazada automáticamente.

Se privilegiarán las obras con relevancia que adquiere con respecto a la crítica social y al enfoque etnográfico (de acuerdo con el número monográfico). Los trabajos deben ser inéditos, originales, actuales, que se basen en el método etnográfico o cualitativo; que la crítica vaya dirigida hacia el *statu quo*.

CRITERIOS EDITORIALES



La mayoría de los ejemplos que se utilicen en esta primera edición del manual, serán extraídos del número cero de la revista. Se irán agregando con el tiempo otros más.

Generalidades

- Se preferirán párrafos cortos con argumentaciones concisas para los textos. En cada uno de ellos debe revisarse la redacción, la concordancia y coherencia en las oraciones y frases.
- Se buscará, además evitar repeticiones innecesarias y palabras que no sean de uso común en cada una de las obras presentadas.
- Todos los párrafos irán con punto y aparte, menos sumarios ni títulos.
- No dejar palabras solas a final de línea.
- Para aclarar dudas en cuanto a la corrección de estos aspectos, se recomienda consultar la obra *El libro y sus orillas* de Roberto Zavala Ruiz.

Cualidades de estilo

- Todos los títulos, subtítulos e inicio de párrafo se escribirán con letra inicial mayúscula, a menos que sean palabras como ePub, iPhone, etc. (que además se colocan en itálicas).
- Es importante mencionar que cuando se utilicen listas (*bullets* o balazos): si la lista representa una secuencia de pasos que conforman un proceso u objeto, se recomienda usar letras o números como incisos. Si por el contrario, no forman parte de un proceso, se preferirá el uso de viñetas, de acuerdo con el estilo del número monográfico. Además, se debe poner punto final a cada punto. No usar comas ni punto y coma.
- Las listas siempre comienzan con mayúscula inicial y terminarán en punto.

Comillas

- Usar comillas inglesas en frases usadas de manera irónica, en el uso del capítulo de un libro y en la utilización de metáforas que el autor quiera resaltar.
- Asimismo, se usarán para citas textuales. Excepto citas a bando (más de cinco líneas).
- Las citas que contengan otra cita usarán comillas sencillas.
- No se utilizarán comillas angulares (« »).
- Las comillas siempre se pondrán antes del punto final de una oración.

Guiones

- Usar guiones medianos para interrumpir una oración, con una frase incidental, aclaratoria, pero no esencial; pero “cuyo sentido no se aparta mucho de la oración” (Zavala, 1995).
- Se usarán guiones cortos en conceptos como: teórico-económico, política-social, costo-beneficio, etcétera.
- Las palabras como socioeconómico, claroscuro, expresidente, se usarán sin guiones y juntas.
- Evitar separar palabras compuestas unidas con guion: árabe-is/raelí, serbo-co/ata.

Diálogos

- Las rayas o guiones largos se utilizan para diálogos en cuentos o en algunas entrevistas.
- Estos irán pegados a la primera palabra enunciada en el diálogo.
- El punto se usará después de la raya/guion largo. Al final.

Paréntesis y corchetes

- Al igual que los guiones medianos, los paréntesis podrán usarse para interrumpir una oración con una frase incidental o aclaratoria, pero su sentido sí se aparta un poco más que con los guiones medianos.
- Asimismo se usarán paréntesis para introducir una abreviatura después del organismo completo mencionado y para agregar la referencia dentro del texto como indica APA (véase Citas y Referencias).
- Usar corchetes solamente para añadir información o una aclaración en una cita literal (APA, 2001).

Cursivas, negritas y subrayado (tecnicismos, extranjerismos)

- Se evitará el uso de negritas y subrayado en el cuerpo de texto.
- Se marcará en cursiva a los extranjerismos como *stickers* (en el caso del número cero que habla de artistas callejeros), *clown*, y palabras de uso estricto para un reducido grupo, como el regionalismo *pegadores* que se usa exclusivamente en estados como Mexicali para referirse a los artistas urbanos que pegan *stickers* o *pegas* en la calle. *Placazos* como sinónimo de firma o grafiti.
- También se marcarán en cursivas títulos de obras de teatro, nombres de publicaciones periódicas, nombres de libros, etcétera.
- Las cursivas en el número cero también serán usadas para *tags* o nombres (apodos) de grafiteros o los mc.
- Se usan cursivas en letras de incisos.

Mayúsculas y versalitas

- Las mayúsculas son para letra inicial de inicio de frase, título, nombres propios, marcas registradas, eventos, obras, ubicaciones geográficas, denominaciones temporales, festividades religiosas, libros sagrados, nombres de puntos cardinales, palabras que tienen un uso como nombre propio y sustantivo a la vez como Tierra, Dios, Universo.
- Se escribirán con mayúscula inicial también: leyes, instituciones, organizaciones, la Cámara de Diputados, Cámara de Senadores, decretos, códigos, tratados y nombres de coloquios o convenciones.
- En algunos números monográficos los nombres de las secciones irán en mayúsculas.
- Las versalitas sólo se utilizarán en autores de epígrafes exclusivamente.
- Los meses y días de la semana se escriben en minúsculas.
- Los cargos académicos se escriben en minúsculas.
- Nombres de planetas, constelaciones, astros o estrellas se escriben en mayúscula inicial.

Abreviaturas, acrónimos y siglas

Se recomienda que su uso sea esporádico, y sólo cuando mejore la comunicación y la claridad. Aunque muchas veces las abreviaturas ayudan a simplificar en el texto la lectura de nombres científicos o técnicos largos, también pueden confundir al lector si las abreviaturas usadas no le son familiares (APA, 2001).

Para utilizar abreviaturas o siglas se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Se emplearán siglas para abreviar nombres y denominaciones técnicas que se utilicen con frecuencia dentro de un texto. Sin embargo, la primera vez que aparecen como siglas, su significado completo debe ser explicado (APA, 2001). Las siguientes veces se colocarán de la siguiente manera:

Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) o sólo mencionar la abreviatura/sigla.

- Las abreviaturas en la primera mención se agregarán después de mencionar la institución u organismo completo al que se refieren.
- El plural en las siglas y acrónimos se indica con el artículo, no al agregar un 's' final.

Correcto: ...de todas las ONG... Incorrecto: ...de todas las ONGs...

- Estados Unidos de América deberá abreviarse: EUA o EE.UU.

Al escribir abreviaturas y siglas tomar en cuenta las siguientes indicaciones en el uso de puntos:

- Usar puntos cuando se abrevian nombres, por ejemplo: J. R. Smith.
- Usar puntos en abreviaturas latinas como: a.m., cf., i.e., vs. (APA, 2001).
- No usar puntos en siglas o acrónimos de instituciones, por ejemplo: UABC, UNAM, UAM, etcétera.
- No usar puntos en abreviaturas de unidades de medida, peso, monedas, fórmulas químicas, como: cm (centímetro), km (kilómetro), ha (hectárea); l (litro), hl (hectolitro); g (gramo), kg (kilogramo), h (horas). Pero sí lleva punto la abreviatura c.c. (centímetros cúbicos).
- Los acrónimos se escribirán con mayúscula inicial y lo demás en minúsculas (Conaculta, Unicef).
- La abreviaturas deberán unificarse en toda la obra.
- Se prefiere núm. a no.

Signos, símbolos y caracteres especiales (como asterisco)

- Los asteriscos que se usen serán para agregar una nota al final del texto o de una tabla o figura. Para más de una nota se usará más de un asterisco, pero se evitarán muchas notas en un solo artículo.
- En algunos números monográficos, el asterisco se usará para agregar datos del autor al final de un texto.
- No se usará el símbolo de ampersand (&) a menos que el título o nombre de una publicación lo tenga.
- Se usarán puntos suspensivos entre corchetes cuando se elimine una parte de una cita. Asimismo se usarán puntos suspensivos en entrevistas donde la idea del entrevistado esté incompleta.

- El símbolo de porcentaje (%) y de grados (°) deben ir juntos a la cifra/cuantificador.
- Si una oración es exclamativa e interrogativa a la vez se usará: ¡¿?!

Coma

- No usar coma entre sujeto y predicado de una oración.
- Usar coma al enumerar elementos de una serie que contenga tres o más elementos (APA, 2001).
- Para establecer una frase no esencial (incidental o no restrictiva), que si se elimina, no modifica la estructura y el significado de la frase completa (APA, 2001).
- Usar coma después de las frases: o bien, esto es, en fin, por último, por consiguiente, sin embargo, no obstante, por el contrario, en efecto, en este sentido.

Puntos suspensivos

- No se deja espacio antes de los puntos suspensivos, pero sí después.

Números (Guarismos)

- Los números del 0 al 9 se escribirán con letra. Del diez en adelante con cifra. Menos excepciones, como horas o rangos: 6-4 / 21-30
- Cien y mil con letra.
- Miles van separados por coma: 6,000 en tablas; dentro del texto con letra: 6 mil.
- Evitar artículos en porcentajes.
- Las cantidades que no se conocen con precisión se escriben con palabras.
- Al citar varios porcentajes seguidos, el signo va al final.
- Las cantidades de unidades de medida, fechas, edades, grados de temperatura y en las direcciones, se escriben en cifra.
- En los años dejar la preposición de y no del:

Correcto: de 2009 Incorrecto: del 2009

Citas y referencias

De acuerdo con la guía de la sexta edición, las publicaciones APA establecen la redacción científica en las ciencias sociales de una forma clara, precisa y uniforme.

En los siguientes puntos se explicará brevemente una miniguía para el uso correcto del estilo bibliográfico.

- En del texto, las citas se incluyen con apellido del autor, fecha y página de la obra dentro de un paréntesis. Por ejemplo: (Machado, 2010, p. 74).
- Si la obra tiene más de dos autores, se cita la primera vez con todos los apellidos y en las menciones subsiguientes, sólo se escribe el primer autor seguido de *et al.* (y otros). En caso de dos autores, se mencionan los dos apellidos.
- Si son más de seis autores, desde la primera mención se usa *et al.*
- Para los documentos digitales no se incluye la fecha en que se recuperó el artículo ni se escribe punto final después de la url.
- Si un documento tiene DOI, agregarlo a la referencia.
- Se usará superíndice para referir a notas al pie dentro del texto.

Lista de referencias

En la lista de referencias se incluyen sólo las fuentes que sustentan la investigación. La lista debe ordenarse alfabéticamente y en párrafo francés. Las obras de un mismo autor se ordenan cronológicamente. La separación entre cada elemento es con un punto.

- Libro: Apellido, A. A. (Año). Título. Ciudad, País: Editorial.
- Capítulo de libro: únicamente en los casos de libros compilatorios y antologías donde cada capítulo tenga un autor diferente y un compilador o editor: Apellido, A. A., y Apellido, B. B. (Año). Título del capítulo o la entrada. En A. A. Apellido. (Ed.), Título del libro (pp. xx-xx). Ciudad, País: Editorial.

- En las publicaciones periódicas la estructura de la referencia es la siguiente: Apellidos, A. A. (Fecha). Título del artículo. Título de la publicación, volumen (número), pp. Doi:
- En el caso de provenir de la web, agregar al final Recuperado de url.
- En el caso de las tesis, deben tener el siguiente formato:
Apellidos, A. A. (Año). Título. (Tesis inédita de maestría o doctorado).
Nombre de la institución, Localización.
- Para los blogs:
Apellido, A. (Fecha). Título del post [Mensaje en un blog]. Recuperado de
<http://xxxx>
- Para fotografías:
[Fotografía de Nombre y Apellido del fotógrafo]. (Lugar. Año). Nombre de
la colección. Ubicación.

Otras normas de citado

- En casos de organismos o instituciones, se coloca el nombre completo del organismo, siguiendo la abreviatura y al final el año.
- Las obras antiguas no se enlistan en las referencias.
- Las cartas o comunicaciones personales tampoco se incluyen en la lista de referencias.
- Para agregar fuentes sin fecha se usa la abreviatura: s.f.
- Cuando no hay una fuente fidedigna, se escriben las primeras palabras del título de la obra citada.
- Para citar películas o series, se sigue el siguiente esquema:

Películas: Apellido del productor, A. (productor) y Apellido del director, A. (director). (Año). Nombre de la película [cinta cinematográfica]. País: productora.

Serie de televisión: Apellido del productor, A. (productor). (Año). Nombre de la serie [serie de televisión]. Lugar: Productora.

- Para videos y podcast:

Video: Apellido del productor, A. (Productor). (Año). Nombre de la serie [Fuente]. Lugar.

Podcast: Apellido, A. (Productor). (Fecha). Título del podcast [Audio podcast]. Recuperado de <http://www...>

- Generalmente las normas APA no recurren a citas al pie, pero en el caso de ampliar información sobre un punto, se marcará con un superíndice que se ubica al final de la página.
- Sin embargo, se priorizarán artículos o textos con menos referencias y notas al pie.

Nuevas normas APA, confrontadas con el estilo de Modern Language Association

	MLA	APA
Post de blog	Apellido, Nombre. "Título de la entrada del post del blog". <i>Título del blog</i> . Editor. Fecha de publicación. Web. Fecha de acceso.	Apellido, Inicial del nombre. (Año, mes, día). Título de la entrada del post del blog. [Mensaje en un blog]. Recuperado de http://xxxxxxx.com
Vídeo de Youtube	Título del vídeo. Fecha de publicación del vídeo. Web de Youtube. Fecha de acceso.	Apellido, Inicial del nombre. (Año, mes, día). Título de vídeo. [Archivo de vídeo]. Recuperado de http://www.youtube.com/URLespecifica
Tuit	Apellido, Nombre (nombre de usuario). "El tuit íntegro". Fecha, hora. Tuit.	Usuario. (Año, mes, día). El tuit íntegro [tuit]. Recuperado de http://twitter.com/usuario
Post de Facebook	Apellido, Nombre. "El post de Facebook íntegro". Facebook. Fecha del post. [Fecha de acceso.]	Nombre de usuario. (Año, mes, día). El post íntegro. [Actualización Facebook]. Recuperado de http://facebook.com
Correo electrónico	Apellido, Nombre. "Título del mensaje". Mensaje para "nombre del destinatario". Fecha del mensaje. Email.	<i>Se cita en el texto, no en la lista de referencias.</i> Iniciales y apellido de emisor (comunicación personal, mes, día, año)

Fuente: <http://normasapa.net/nuevos-modelos-de-citas-y-referencias-apa-2016/>

Imágenes, ilustraciones y fotografías

- De acuerdo con el Publication Manual de la APA (2011), cualquier ilustración que no sea una tabla (fotografía, gráfico, esquema, dibujo, etc.) recibirá la denominación de “figura” y se enumerará en orden ascendente, según aparezcan en el artículo.
- Tablas y figuras deben ir numeradas (números arábigos).
- Todas las fotografías deben tener título o especificar “Sin título”.
- El título de la figura se pondrá igual que en la tabla y con las mismas especificaciones, pero colocado hasta abajo de cada figura.
- Las abreviaturas, siglas, unidades de medida y palabras largas se usarán sin desatar en tablas y figuras, para ahorrar espacio.

Excepciones

- Internet en bajas.
- Grafiti con una grafía (f). En caso de que el autor (por ideología, uso u otro argumento de peso) lo especifique se agregará una nota del editor (N.E.).
- El adverbio sólo y el sustantivo ícono llevarán acento.
- De preferencia se usarán los usos hispanizados de las palabras, como en los nombres de los países. O en el caso de esténcil, escáner, etcétera.
- Años setenta, años sesenta (décadas en letra y sin pluralización).
- Se escribirá Estados Unidos sin ningún artículo que lo defina anteriormente, a menos que la oración lo exija.

Correcto: En Estados Unidos Incorrecto: en los Estados Unidos

- El prefijo post, se preferirá sin la t, a menos que la palabra lo exija fonéticamente. Ejemplo: postelectoral, postoperación, postselección.
- Se preferirá pseudónimo o psicológico, con la p antes de la s.
- Los pronombres demostrativos llevarán tilde.
- Se desata etcétera si se escribe al final de un párrafo.
- Se prefiere: asimismo.

Uso incorrecto	Uso correcto
a la brevedad	con la brevedad
al momento de	en el momento de
a motor (lancha)	de motor (lancha)
bajo estas circunstancias	en estas circunstancias
bajo el punto de vista	desde el punto de vista
condiciones bajo las cuales	condiciones en las cuales
conforme a	conforme con
consiste de	consiste en
convencer que	convencer de que
dar palabra que	dar palabra de que
darse cuenta que	darse cuenta de que
de acuerdo a	de acuerdo con
de caballero (artículos)	para caballero (artículos)
de peatones (paso)	para peatones (paso)
desprecio a	desprecio por
diferente [distinto] a	diferente [distinto] de
en base a	con base en, sobre la base de
en dirección a	con dirección a
en relación a, relacionado a	en relación con, relacionado con
entrar (introducirse) a	entrar (introducirse) en
escapar al peligro	escapar del peligro
ingresar a	ingresar en
jugar (cartas, vencidas)	jugar a (las cartas, las vencidas)
odiar a muerte	odiar de muerte
para el dolor (pastillas)	contra el dolor (pastillas)
para el insomnio (pastillas)	contra el insomnio (pastillas)
para las plagas (veneno)	contra las plagas (veneno)
protestar de algo	protestar contra algo
quedar de verse	quedar en verse
sentarse en la mesa	sentarse a la mesa
tareas a realizar	tareas por realizar
tocar [ejecutar] al piano	tocar [ejecutar] en el piano
venir de casualidad	venir por casualidad
verse [mirarse] al espejo	verse [mirarse] en el espejo
voy en (casa de un amigo)	voy a (casa de un amigo)

"Incorrecciones gramaticales frecuentes". Fuente: Merino, 2007.



Se colocarán los siguientes estilos en InDesign para unificar y facilitar el trabajo de diseño editorial en el programa.

Generalidades

- Soporte digital
- Formato carta
- Cornisas: 22 puntos en margen externo en tipografía Impact label regular
- Folios: 16 puntos en margen externo en tipografía Roboto regular
- Traking: 0
- Kerning métrico
- Párrafos con sangría en primera línea (excepto primer párrafo de cada texto)
- Epígrafes: Roboto regular, 8/10 puntos
- Autores de epígrafes: Versalitas Roboto regular 8/10 puntos
- Párrafo francés en referencias
- Notas al pie con sangría en primera línea de 5 mm
- Citas a bando: 10 puntos/15 de interlínea, sangría izquierda en 7 mm, espacio anterior: 5 mm, espacio posterior: 5 mm
- Sumarios matizados en gris 70%, fuera de márgenes
- Márgenes:

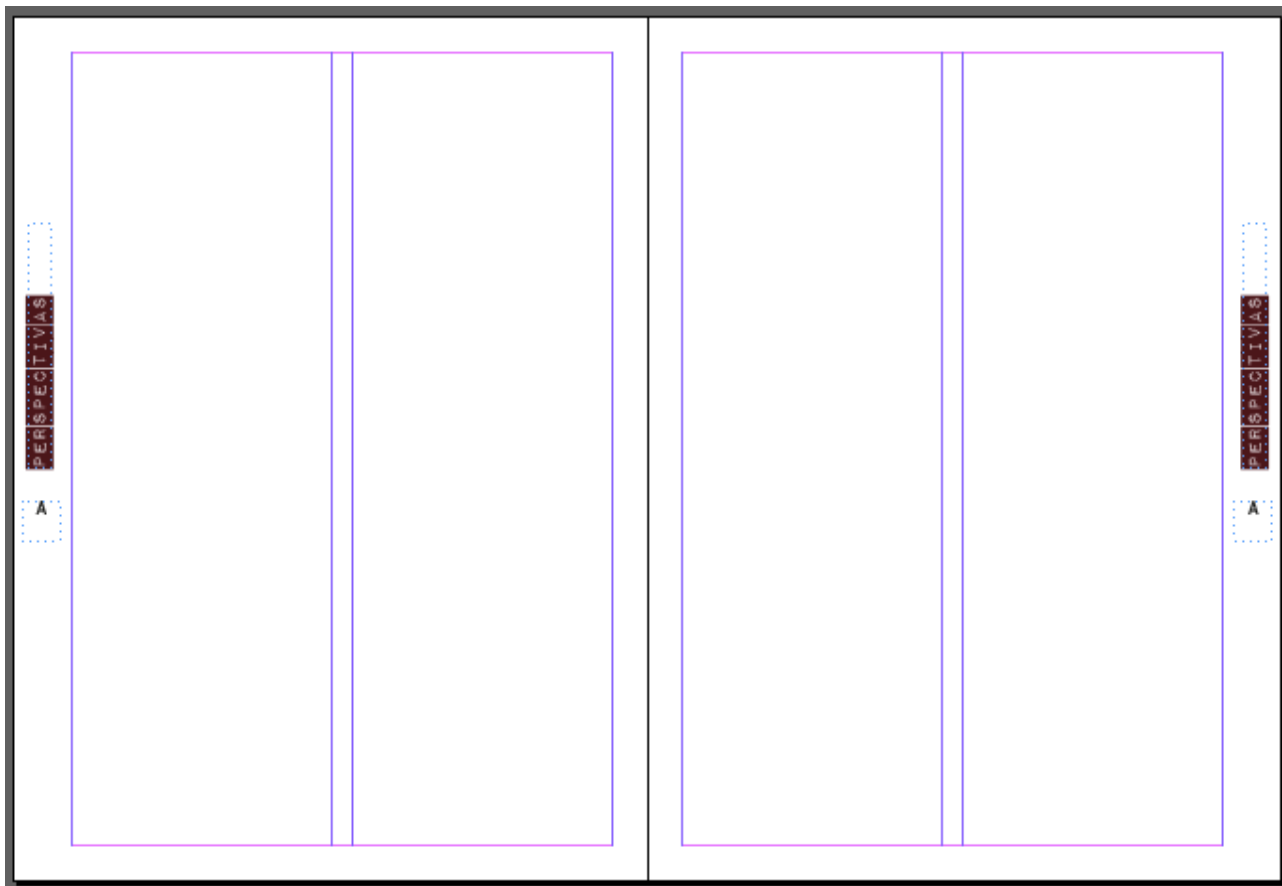
Superior: 20 mm

Inferior: 20 mm

Exterior: 25 mm

Interior: 20 mm

Medianil: 8 mm



Pliego de páginas maestras para interiores de revista (ejemplo).

Semblanzas C=100; M=99.7; Y=18.19; K=3.42/RGB: 47, 41, 115

Dos columnas

Título: Roboto; centrado

Variante: Black

Puntaje: 20 puntos

Interlínea: 24 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Autor y contacto: Roboto; centrado

Variante: Black

Puntaje: 10 puntos

Interlínea: 12 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=50/RGB: 142, 142, 141

Subtítulo: Roboto; justificado a la izquierda

Variante: Black

Puntaje: 12 puntos

Interlínea: 15 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Cuerpo de texto: Roboto; justificado con la última línea a la izquierda

Variante: Regular

Puntaje: 11 puntos

Interlínea: 15 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Respuestas de entrevistas: Roboto; justificado con la última línea a la izquierda

Variante: Regular

Puntaje: 11

Interlínea: 15 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=50/RGB: 142, 142, 141

Notas al pie: Roboto; justificado con la última línea a la izquierda

Variante: Regular

Puntaje: 8.5 puntos

Interlínea: 11 puntos

Sangría: 5 mm francesa

Etnografías

Reflexión contemporánea de expresiones culturales

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Lista de referencias: Roboto; justificado con la última línea a la izquierda

Variante: Regular

Puntaje: 9 puntos

Interlínea: 12 puntos

Sangría: 5 mm francesa

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Pie de foto: Roboto regular; alineado a la fotografía

Variante: Regular

Puntaje: 8 puntos

Interlínea: 10 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Información del autor: Roboto; justificado con la última línea a la izquierda.

Variante: Regular

Puntaje: 7-8 puntos

Interlínea: 10 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Superíndices: Roboto

Variante: Regular

Puntaje: 9 puntos

Interlínea: 11 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Perspectivas C=41; M=92; Y=70; K=69 /RGB: 75, 22, 25

Dos columnas

Título: Roboto; centrado

Variante: Black

Puntaje: 20 puntos

Interlínea: 24 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Autor y contacto: Roboto; centrado

Variante: Black

Puntaje: 10 puntos

Interlínea: 12 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=50/RGB: 142, 142, 141

Subtítulo: Roboto; justificado a la izquierda

Variante: Black

Puntaje: 12 puntos

Interlínea: 15 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Cuerpo de texto: Roboto; justificado con la última línea a la izquierda

Variante: Regular

Puntaje: 11 puntos

Interlínea: 15 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Sumarios: American Typewriter

Variante: Regular

Puntaje: 14 puntos

Interlínea: 16 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=70 /RGB: 97, 97, 96

Notas al pie: Roboto; justificado con la última línea a la izquierda

Variante: Regular

Puntaje: 8.5 puntos

Interlínea: 11 puntos

Sangría: 5 mm francesa

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Etnografías

Reflexión contemporánea de expresiones culturales

Lista de referencias: Roboto; justificado con la última línea a la izquierda

Variante: Regular

Puntaje: 9 puntos

Interlínea: 12 puntos

Sangría: 5 mm francesa

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Pie de foto: Roboto; alineado a la fotografía

Variante: Regular

Puntaje: 8 puntos

Interlínea: 10 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Información del autor: Roboto; justificado con la última línea a la izquierda.

Variante: Regular

Puntaje: 7-8 puntos

Interlínea: 10 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Superíndices: Roboto

Variante: Regular

Puntaje: 9 puntos

Interlínea: 11 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Mapeos C=100; M=0; Y=84; K=50 /RGB: 0, 95, 54

Título: Roboto; centrado

Variante: Black

Puntaje: 33 puntos

Interlínea: 39 puntos

Color: C=91; M=55; Y=85; K=73 /RGB: 11, 42, 25

Subítulo: Roboto; justificado a la izquierda

Variante: Black

Puntaje: 14 puntos

Interlínea: 16 puntos

Color: C=74; M=43; Y=96; K=41 /RGB: 63, 87, 39

Autor y contacto: Roboto; centrado

Variante: Black

Puntaje: 16 puntos

Interlínea: 10 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=90 /RGB: 47, 47, 45

Cuerpo de texto: Roboto; justificado con la última línea a la izquierda

Variante: Regular

Puntaje: 11 puntos

Interlínea: 15 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Información del autor: Roboto; centrado

Variante: Regular

Puntaje: 11 puntos

Interlínea: 15 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=70 /RGB: 97, 97, 96

Oralidad C=100; M=49; Y=0; K=0 /RGB: 0, 106, 181

Título: Roboto; centrado

Variante: Black

Puntaje: 19 puntos

Interlínea: 22 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Autor y contacto: Roboto; centrado

Variante: Black

Puntaje: 10 puntos

Interlínea: 12 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=50/RGB: 142, 142, 141

Cuerpo de texto: Roboto; justificado con la última línea a la izquierda

Variante: Regular

Puntaje: 11 puntos

Interlínea: 15 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Pie de foto: Roboto; alineado a la fotografía

Variante: Regular

Puntaje: 8 puntos

Interlínea: 10 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Información del autor: Roboto; justificado con la última línea a la izquierda.

Variante: Regular

Puntaje: 10 puntos

Interlínea: 12 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Galería C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Título: Roboto; justificado a la izquierda

Variante: Black

Puntaje: 20 puntos

Interlínea: 24 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Autor y contacto: Roboto; centrado

Variante: Black

Puntaje: 16 puntos

Interlínea: 10 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Cuerpo de texto: Roboto; justificado con la última línea a la izquierda

Variante: Regular

Puntaje: 11 puntos

Interlínea: 15 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Pie de foto: Roboto; alineado a la fotografía

Variante: Regular

Puntaje: 8 puntos

Interlínea: 10 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Información del autor: Roboto; justificado con la última línea a la izquierda.

Variante: Regular

Puntaje: 11 puntos

Interlínea: 15 puntos

Color: C=0; M=0; Y=0; K=100/RGB: 29, 29, 27

Sitio web

Tipografía Lato bold, itálicas y regular

Tamaño: 960 pixeles

Color RGB: 214, 191, 182

Publicidad digital en laterales y cabecera

Retícula modular de 12 columnas

Estructura inicial

LOGOTIPO	Cabezal					
Inicio (fotos)	Convocatoria	Presentación	Revista -PDF/Issuu -epub	Galería	Consejo E.	Contacto
Submenú desplegable		Contenido				
Pie: redes sociales y legales						

Secciones

Convocatoria

Color títulos RGB: 193, 223, 195

Color cuerpo de texto RGB: 29, 29, 27

Título centrado 19/16

Subtítulos alineados a la izquierda 17/16

Cuerpo de texto justificados con última línea hacia la izquierda 12/16

Presentación

Color títulos RGB: 193, 223, 195

Color cuerpo de texto RGB: 29, 29, 27

Título centrado 19/16

Subtítulos alineados a la izquierda 17/16

Cuerpo de texto justificados con última línea hacia la izquierda 12/16

Consejo editorial

Color títulos RGB: 193, 223, 195

Color cuerpo de texto RGB: 29, 29, 27

Título centrado 19/16

Subtítulos alineados a la izquierda 17/16

Cuerpo de texto justificados con última línea hacia la izquierda 12/16

Contactos autores matizados al 70% en gris




Ejemplos del sitio web (esqueleto).

ANEXO



Etnografías

Reflexión contemporánea de expresiones culturales



CONVOCA

**ARTISTAS, ESCRITORES, FOTÓGRAFOS,
ESTUDIANTES, INVESTIGADORES O PROFESIONALES
A PARTICIPAR EN EL NÚMERO CERO
ARTISTAS CALLEJEROS**

OBJETIVOS

- Sensibilizar a lectores a través de la divulgación de una publicación periódica de carácter etnográfico
- Acercar al público lector por medio del soporte digital y las redes sociales hacia temáticas con perspectiva etnográfica

BASES

1. Podrán participar todos los interesados en el estudio de los artistas callejeros desde la perspectiva histórica-artística-etnográfica.
2. Los participantes deberán ser mexicanos mayores de 18 años.
3. Se aceptan propuestas visuales y escritas en los siguientes géneros:
 - Reportaje etnográfico
 - Etnografía
 - Entrevista
 - Literatura (poesía, narrativa)
 - Artes visuales (dibujo, pintura, fotografía, cine, performance)
 - Ensayo breve de humanidades (estética, antropología, historia, lingüística)
4. Se dará preferencia a los productos actuales. Los trabajos deben estar exentos de derechos o responsabilidades con cualquier instancia o persona que pueda requerir autorización para su uso.
5. No se aceptan fotografías o textos copiados, ni reproducciones de obras originales bajo derechos de autor de un tercero o con registro de marca.
6. Deberán enviarse todos los archivos en carpeta comprimida al correo etnografiasexpresion@gmail.com con los siguientes datos:
 - Nombre completo
 - Edad
 - Correo electrónico
 - Teléfono de contacto
 - Escolaridad o Profesión
 - Técnica (si requiere)
 - Nombre de la obra o título
7. Las obras fotográficas deben enviarse en resolución 72 dpi y en formato jpg. Incluir pie de foto, breve descripción de la imagen y semblanza del autor.
8. Las obras escritas deben enviarse en formato Word. Máximo cinco cuartillas en letra Arial 10 con 1.15 de interlínea.
9. No se aceptan trabajos en otros formatos no establecidos en esta convocatoria.

Fecha límite de entrega 1º de mayo de 2017

- La selección de las obras será responsabilidad del Consejo Editorial que está constituido por profesionales en la materia.
- Los resultados se darán a conocer por correo electrónico personalmente el día 30 de junio de 2017

PUBLICACIÓN

- Una vez seleccionados los trabajos, todo el proceso será llevado a cabo a través del correo electrónico etnografiasexpresion@gmail.com
- El autor de la obra deberá firmar un contrato autorizando su publicación, lo que a partir de ello pasará a formar parte de Etnografías.
- El fallo emitido por el Consejo será inapelable.

Informes al correo:
etnografiasexpresion@gmail.com
Redes sociales
f Etnografías / t @EEtnografías

Convocatoria número cero lanzada el 1 de marzo. Cerró el 1 de mayo.

Formato de dictamen revista digital *Etnografías*

Etnografías es una publicación digital de etnofotografía que se publica cada cuatro meses por números monográficos. Los lectores son hombres y mujeres de 18 a 40 años de edad que se desplazan principalmente en la web, por lo que el lenguaje debe ser sencillo, claro y conciso.

Título de la obra a evaluar:

Con el fin de contar con los elementos adecuados para garantizar la calidad y el rigor científico de la publicación, solicitamos revisar los siguientes aspectos.

Evaluación

Justifique en caso de responder no.

- ¿El título de la obra es conciso y refleja el contenido de la obra en su totalidad?
- ¿La estructura del texto es la adecuada (título, cuerpo, conclusiones)?
- ¿El lenguaje es apropiado, de acuerdo con el tipo de obra?
- ¿La extensión de la obra es la adecuada de acuerdo al tipo de texto?
- ¿La obra refleja originalidad y es aporta a la investigación actual?
- ¿La redacción es coherente, clara y precisa?
- ¿La obra cumple su objetivo?
- ¿Los conceptos utilizados se relacionan con la metodología utilizada?
- ¿El manejo teórico-metodológico es el adecuado?
- ¿Los datos presentados se evidencian en los resultados y conclusiones?
- ¿Las referencias son pertinentes y suficientes?

Dictamen

¿La obra debe ser publicada?

Sí	
Sí, con modificaciones	
No	

Comentar sugerencias

Nombre del dictaminador:

Grado académico o profesión:

Institución o Área de trabajo:

Fecha del dictamen:

Contacto:

Formato de dictamen.