



# **UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE**

**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Con estudios incorporados a la  
Universidad Nacional Autónoma de México  
Clave: 8793-24

---

---

**LA PRODUCCIÓN DE UNA  
REVISTA EN EL MUNICIPIO DE SANTA  
CRUZ DE JUVENTINO ROSAS, GUANAJUATO.**

# **TESIS**

Que para obtener el título de  
**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Presenta:

**MARÍA DE LA LUZ BELMÁN PÉREZ**

Asesor: Lic. Guillermo García Rodríguez

Celaya, Gto.

Marzo 2009



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# *Agradecimientos*

## **A Dios,**

por acompañarme todos los días.

## **A mis padres,**

Lourdes y Silvestre, les agradezco su apoyo, su guía y su confianza en la realización de mis sueños. Soy afortunada por contar con su amor, comprensión y ejemplo. Esta tesis es suya.

## **A mis hermanitas,**

Liz y sarahi, con mucho cariño, por todo lo bueno que hemos compartido, por ser mis compañeras en este viaje de la vida. Son las mejores hermanas.

## **Madrina, Alba y Lucre,**

Gracias por ser casi como mamás para mí, por todo su apoyo y cariño.

## **Papachava,**

Gracias por todo el cariño, por compartir tu sabiduría y tantas cosas más.

## **Amigos y familiares,**

Gracias por estar conmigo, por su confianza y su cariño. Por enseñarme que hay muchas cosas más adelante. Por ayudarme a conocer esa parte de mí que tanto disfruto.

## **A todos mis amigos, compañeros y maestros de la ULSAB,**

Formaron parte de esta aventura y siempre se quedaran en mis recuerdos, gracias a mis profesores que compartieron conmigo sus conocimientos y su amor por la comunicación, especialmente al Lic. Guillermo García que me brindó todo su apoyo en la realización de esta tesis.

## **Y con un agradecimiento especial para Mamá Mina,**

Por ser mi fortaleza y mi maestra, gracias por el cariño, paciencia y esfuerzo de toda la vida abuelita, por ser mi otra mamá y porque sé que desde el cielo me estas cuidando.

## ÍNDICE

### INTRODUCCIÓN

#### **CAPÍTULO I ANTECEDENTES DEL MUNICIPIO DE SANTA CRUZ DE JUVENTINO ROSAS, GUANAJUATO.**

- 1.1. Origen del municipio de Santa Cruz de Juventino Rosas, Guanajuato.....2
- 1.2. ¿Cómo se ha desarrollado Juventino Rosas a través de los años?.....9
- 1.3. El municipio de Santa Cruz de Juventino Rosas en la actualidad.....21

#### **CAPÍTULO II PUBLICACIONES PERIÓDICAS QUE HAN EXISTIDO EN EL MUNICIPIO.**

- 2.1. Semblanza de las publicaciones periódicas en el municipio.....25
- 2.2. ¿Qué era la revista Chopper? Su creación e inicios.....29
- 2.3. ¿Cuáles son los periódicos que circulan en el municipio.....33

#### **CAPÍTULO III DIFERENCIAS ENTRE LO QUE SON PERIODICOS DIARIOS Y REVISTAS**

- 3.1. Definición de periodismo, periódico diario y revista.....36
- 3.2. Características generales de los periódicos diarios.....41
- 3.3. Características generales de las revistas.....43
- 3.4. Principales diferencias entre lo que son los periódicos diarios y revistas.....46

#### **CAPÍTULO IV LA IMPORTANCIA QUE TIENE UN SONDEO DE OPINIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE UNA REVISTA EN EL MUNICIPIO DE SANTA CRUZ DE JUVENTINO ROSAS, GUANAJUATO.**

- 4.1. La realización de un sondeo de opinión para la realización de una revista en el municipio de Santa Cruz de Juventino Rosas.....51
- 4.2. Conclusiones del sondeo de opinión para la realización de una revista en el Municipio de Juventino Rosas..... 74

## **CAPÍTULO V LA REALIZACIÓN DE UNA REVISTA EN EL MUNICIPIO DE SANTA CRUZ DE JUVENTINO ROSAS.**

5.1. Formatos básicos de encuadernación, formato y alzado para la realización de una revista.....	78
5.2. Diseño y justificación del imagotipo para una revista en la ciudad de Juventino Rosas.....	82
5.3. La importancia de un organigrama para la revista EL VIOLÍN.....	87
5.4. Propuesta de secciones fijas para la revista EL VIOLÍN.....	91
5.5. Domy de la revista EL VIOLÍN.....	92
5.6. Financiamiento de la revista EL VIOLÍN.....	107
5.6.1. Principios éticos y jurídicos de la revista.....	109
5.6.2. Código de ética para la revista EL VIOLÍN.....	111
5.7. Venta de publicidad.....	112
5.8. Proceso de distribución.....	116

### **CONCLUSIONES**

### **BIBLIOGRAFIA**

## INTRODUCCIÓN

Es indudable que a diferencia de años anteriores, los medios masivos sobre todo los impresos, han ensanchado sus márgenes de libertad de expresión. Y esta no se debe a una actitud democrática de la noche a la mañana, sino a un acto de responsabilidad ante los lectores y a las audiencias cada vez más exigentes de una mayor y más completa información, en un contexto político y social muy distinto al de hace algunos años.

Ante una sociedad que se desarrolla y que comienza a emprender una nueva etapa de su crecimiento, corresponde abrir un espacio para la expresión y difusión de una diversidad de temas.

Es por ello que en esta tesis se subraya la importancia de la producción de una revista en el municipio de Santa Cruz de Juventino Rosas. Hoy los medios establecen en muchas situaciones la agenda de una ciudad, influyen, son protagonistas y a la vez intermediarios en los asuntos públicos. Asimismo, son determinantes en la difusión y creación de productos culturales, las actividades cívicas y hasta en la forma en la que se concibe al mundo.

En esta tesis se marcan formatos que hacen que la estructura de la revista no se realice en una forma empírica sino en base a una metodología.

A lo largo de cada uno de los capítulos de esta tesis, encontraremos los antecedentes históricos del municipio en donde se presenta orígenes del municipio, como se ha desarrollado este a través de los años y como se encuentra en la actualidad, posteriormente se presenta una investigación de las publicaciones anteriores que han existido en la ciudad y el porque de su corta permanencia en el mercado, en el capítulo III se hacen claras distinciones de lo que periódicos diarios y revistas, en el capítulo IV se incluye un sondeo de opinión para conocer las preferencias de los habitantes de Juventino Rosas y se concluye dando los formatos de imagen, estructura, formato y soporte de la revista.

## **CAPÍTULO I**

# **LA PRODUCCIÓN DE UNA REVISTA EN EL MUNICIPIO DE SANTA CRUZ DE JUVENTINO ROSAS, GUANAJUATO**

## 1.1 Origen del municipio de Santa Cruz de Juventino Rosas, Guanajuato.

El lugar fue llamado inicialmente por sus pobladores Santa Cruz, sin autorización virreinal, nombre que se modificó por el de Santa Cruz de Juventino Rosas, en honor al inmortal músico y compositor del mismo nombre que nació en esta ciudad.

### Escudo

Sobre el pergamino enrollado en su parte superior y curvo en el inferior, se encuentran dos estrellas en azul sobre un fondo de color plata, una de cada lado, que representan la luminosidad del arte; al centro, una cruz en oro con sudario blanco sobre los brazos, que simboliza el nombre de Santa Cruz, cinco rosas al pie y a los lados de la cruz, que significan los premios que se otorgan a los artistas en los concursos florales, como soporte de la cruz, la nube verde y dentro de ella dos ramas de laurel en verde más oscuro, se refiere al premio que se daba a los triunfadores en certámenes líricos o poéticos; entre las ramas de laurel, una lira en oro que representa la música; abajo, franjas onduladas en azul y plata que semejan olas, englobando así ideográficamente el vals Sobre las olas, composición cumbre del hijo de esta ciudad Juventino Rosas Cadena; sobre el pergamino, el escudo nacional y a los lados de este cubriendo los flancos exteriormente, dos banderas nacionales.<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Enciclopedia de los Municipios de México. Estado de Guanajuato. Pág. 56



## Reseña Histórica

A fines del siglo XVII, el lugar en donde ahora se asienta la ciudad de Santa Cruz de Juventino Rosas, era un cerrado monte por el que pasaba el camino real que iba de Guanajuato a la capital del virreinato, constituyendo un terreno propicio para los asaltos en contra de los arrieros que transportaban barras de plata y oro. Con el objeto de erradicar esa situación, el gobierno virreinal ordenó desmontar en el año de 1711, cinco kilómetros cuadrados de bosques para dar alojamiento a 35 familias de otomíes que fueron traídas a la fuerza del poblado de Cuenda, así dotó a cada familia de un solar, para que construyeran su casa-habitación y se les asignó el terreno desmontado restante para tierras comunales.

“En 1719 la población tenía ya el rango de congregación, y un año después el lugar fue llamado por sus pobladores Santa Cruz, sin autorización virreinal. El 3 de mayo de 1721, el virrey Baltasar de Zúñiga expidió la cédula de fundación, elevando la comunidad a la categoría de pueblo”<sup>2</sup>. “En 1886, considerando la importancia que había adquirido para entonces el núcleo urbano de Santa Cruz, el XXII Congreso del Estado elevó el pueblo a la categoría de villa. Para 1921 la villa albergaba ya a más de 12 mil habitantes, población importante para ese tiempo, por lo que el 24 de mayo, por decreto número 93 de la XXIV Legislatura del Estado, de fecha de enero de 1939, se modificó el nombre de la ciudad y del municipio por el de Santa Cruz de Juventino Rosas, en honor al inmortal músico y compositor del mismo nombre que nació en esta ciudad.”<sup>3</sup>

Influenciados en diferentes periodos por Olmecas, Teotihuacanos, Toltecas y Mexicas; en la época prehispánica, una vez que los primeros pobladores llegaron al actual territorio de Guanajuato, estos dejaron de ser nómadas para convertirse en sedentarios.

---

<sup>2</sup> Ídem

<sup>3</sup> Ídem

Las principales etnias que habitaron la entidad fueron: en el norte los Chichimecas, nombre genérico con el que se conocía a los Pames, Guamares, Copuces, Guazabanes, Guachichiles y Jonaces; en el sur los Purepechas, al margen del río Lerma. En esta región en un futuro se estableció la actual Santa Cruz de Juventino Rosas, en cuyo territorio los Toltecas –Chichimecas se asentaron en el actual Naranjillo en el norte, en el Rinconcillo al oriente y en el sur la planicie ahora consideradas zonas arqueológicas.

Antes de la fundación del pueblo ya existían las haciendas, entre principios y mediados del siglo XVII los primeros asentamientos que se instalan en el ahora territorio de Santa Cruz fueron cuatro haciendas pertenecientes, a españoles, y al parecer de un mismo dueño ; estas fueron: primeramente, al sur Comontuoso, al poniente Santa Crucita ( hoy la Haciendita), al norte el Sauz y San Antonio y al oriente Valencia, el Tecolote y los Llanos, quienes trabajaban en dichas haciendas eran indígenas otomíes y unos cuantos chichimecas Guamares, que como era la costumbre, se asentaban en las periferias de las haciendas, pero con el paso del tiempo, a los indios que los españoles les tenían confianza, les empezaron a “ ranchar “ (rentar) algunas caballerías de tierra para que las trabajaran por su cuenta así los naturales del lugar que “rancheaban “ algunas parcelas, comenzaron a construir sus casas al pie de los terrenos que rentaban, por lo que, los asentamientos en los terrenos de dichas haciendas comenzaron a proliferar y ya no necesariamente alrededor de los cascos de las haciendas.

### **Otros nombres que ha recibido el Municipio.**

”El 24 de mayo de 1912 por decreto No. 93 de la XXXIV Legislatura del Estado, la villa fue elevada a categoría de ciudad, ahora con el nombre de Santa Cruz de Galeana”<sup>4</sup>.

El 1ro. De enero de 1939, siendo presidente municipal el C. Asención Olivares Figueroa, se suprimió a la ciudad y al municipio el nombre de Santa Cruz de Galeana cambiándolo por el de Juventino Rosas, en honor al músico y compositor Juventino Rosas Cadenas.

---

<sup>4</sup> ibídem.

Cuando era presidente municipal el C. David Guerrero Vázquez se pidió al Congreso del Estado se devolviera a la ciudad y al municipio el nombre original el que fue fundada, se concedió la petición pero para conciliar opiniones, se suprimió el distintivo de "Galena" y se le llamó Santa Cruz de Juventino Rosas, con lo que quedó restituido el nombre primitivo de la población y se honra a su hijo predilecto, este cambio se legalizó el 17 de junio de 1956.

### **Personajes Ilustres**

Juventino Rosas Cadena (1868-1894)

Músico que se destacó durante la época porfiriana por sus composiciones de vals y chotis.

### **Cronología de Hechos Históricos**

<b>Año</b>	<b>Acontecimiento</b>
1891	Fue asesinado el patriota Andrés Delgado "El Giro", el 3 de julio, en la barranca de La Laborcilla, lugar distante ocho kilómetros al norte de la población.
1912	Murió en la batalla el capitán insurgente José Benito López, que comandaba una partida de las fuerzas del guerrillero Albino García Ramos, en el lugar conocido como Puerto de Novilleros, en el mes de junio. <sup>5</sup>

## **MEDIO FÍSICO**

### **Localización**

La ciudad de Santa Cruz de Juventino Rosas, cabecera municipal, está situada a los 100° 59´ 50´´ de longitud oeste del Meridiano de Greenwich y a los 20° 37´ 35´´ de latitud norte.

---

<sup>5</sup> Historia del Municipio de Santa Cruz de Juventino Rosas. Pág.5

Su altura sobre el nivel del mar es de 1,750 metros.



### Extensión

La superficie del territorio municipal es de 428.64 kilómetros cuadrados, equivalentes al 1.40 % de la superficie total del Estado. Limita al norte con el municipio de San Miguel de Allende; al noreste con el municipio de Comonfort; al este con el municipio de Celaya; al sur con el municipio de Villagrán y al oeste con el municipio de Salamanca. Existen en el municipio 158 localidades, siendo las más importantes Santiago de Cuenda, Rincón de Centeno, Morales, Franco y Tavera.



## **Orografía**

El municipio se encuentra enclavado en un valle al pie de la Sierra de Codornices. Las elevaciones más importantes son el Cerro de Sombrerillo, Mesa de Almanza, Mesa de Chayote, Mesa de Naranjillo, Las Frutas y otros de menor importancia. Se calcula como promedio de estas elevaciones 2,100 metros sobre el nivel del mar<sup>7</sup>.

## **Hidrografía**

Existen varias presas en el municipio, como son la del Cerrito, La Recibidora, de San Juan, La Segunda y de San Isidro. No existen ríos caudalosos y sólo se localizan pequeños arroyos como el Aguacatillo, Matías, El Aguaje, Las Piletas, Los Tanques y Parras. Por el suroeste del municipio se encuentra el canal Ingeniero Antonio Coria.

## **Clima**

---

<sup>7</sup> ídem

Un 79% de la superficie municipal tiene un clima semicálido subhúmedo con lluvias en verano, de menor humedad, el 11% subhúmedo con lluvias en el verano, de humedad media, y el otro 10% semiseco semicálido. La temperatura promedio media anual de 19.5°C, una máxima de 36.6°C, y la mínima de 0.8°C. y la precipitación pluvial media anual es de 628 milímetros. La frecuencia de heladas es de 21 días por año.

### **Principales Ecosistemas**

#### La Flora

La flora del municipio está integrada por bosques de encino, pastizal amacollado arborescente; selva baja. Además existen especies forrajeras como zacatón, lopera, navajita, colorado, lanudo, cola de zorra, banderita, búfalo, mezquite, y otras especies como pingüica, nopal, largoncillo, hambruno, tepehuajes, palo blanco, órgano y garambullo. El encino es la única especie forestal del lugar.

#### La Fauna

La fauna que predomina está formada por roedores, como conejo, liebre, ardilla y tejón; aves, como codorniz, águila, halcón, zopilote, patos y gavián, herbívoros, como el venado.

### **Clasificación y Uso del Suelo**

El suelo predominante es de estructura blocosa, de consistencia firme y textura de franco arenosa a arcillosa, con pH de 6 a 7.8 y origen inchú coluvial. La distribución de la tenencia es de 20,618 hectáreas de régimen ejidal y 18,822 hectáreas de pequeña propiedad. El 60.66% de la superficie municipal está destinada a la agricultura, un 20.17% es de pastizales, un 9.46% de bosques y un 9.71% a los matorrales.

### **Grupos Étnicos**

La presencia indígena en el municipio es mínima dado que actualmente existen únicamente 61 habitantes indígenas, los cuales representan el 0.09% del total de la población del municipio, y las principales lenguas indígenas son la otomí y el zapoteco.

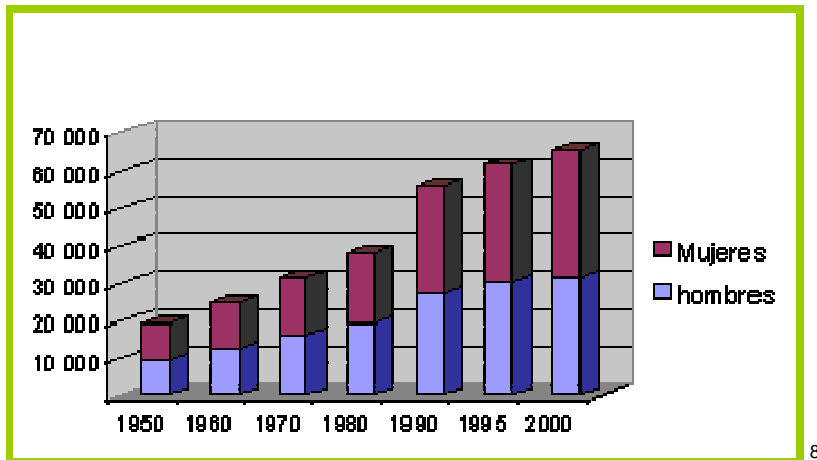
## 1.2. ¿Cómo se ha desarrollado Juventino Rosas a través de los años?

### **Evolución Demográfica**

Hasta el año 2000 Santa Cruz de Juventino Rosas contaba con 65,479 habitantes, de los cuales el 47.9% son hombres y el 52.1% mujeres en 158 localidades. Sus poblaciones más importantes son Juventino Rosas con 54.6% y Santiago de Cuenda con 7.2% del total de la población.

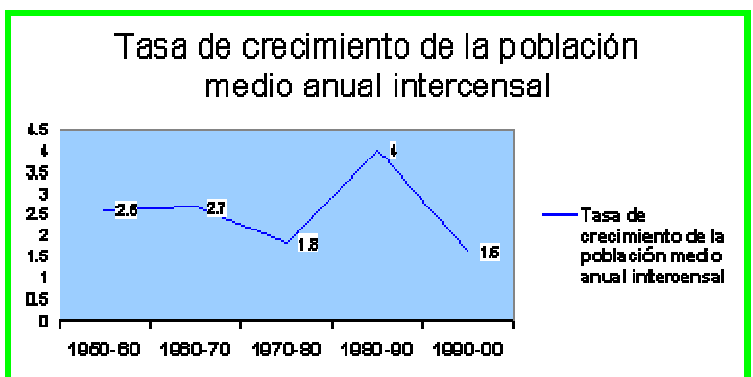
<b>Año</b>	<b>Población</b>
1950	19,032
1960	24,533
1970	31,768
1980	38,222
1990	56,166
2000	65,479

### Población Total por sexo



8

El municipio tiene una densidad de 153 habitantes por kilómetros cuadrado y una tasa de crecimiento de población media anual de 1.6%.



9

De acuerdo a los resultados que presenta el II Censo de Población y Vivienda del 2005, el municipio cuenta con un total de 13,753 habitantes.

<sup>8</sup> Anuario Estadístico del Estado de Guanajuato, 2001, INEGI-INIDEG.

<sup>9</sup> Ídem.



## Religión

En el municipio la religión que mas creyentes tiene es la católica dado que el 96.3% de los habitantes de Santa Catarina, hasta el año 2000, son católicos, el otro 3.7% profesan alguna otra religión.

<b>Religión</b>	<b>Habitantes</b>
Católica	54,913
Protestantes y evangélicas	725
Históricas	3
Pentecostales y Neo pentecostales	184
Otras evangélicas	538
Bíblicas no evangélicas	343
Adventistas del séptimo día	22
Mormones	5
Testigos de Jehová	316
Otras religiones	112
Sin religión	376
No especificada	551
<b>Total</b>	<b>57,020</b>

10

---

<sup>10</sup> Enciclopedia de los Municipios del Estado de Guanajuato.



## Educación

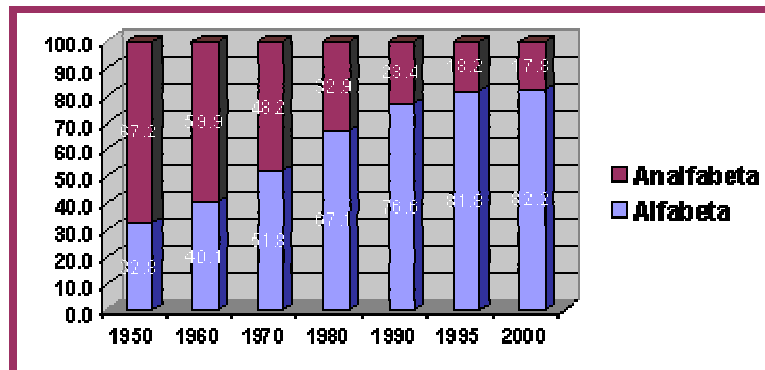
El municipio cuenta con instalaciones para atender la educación preescolar para los 18,867 alumnos inscritos en 153 instituciones educativas, contando con nivel preescolar, primaria, secundaria, medio superior y superior.<sup>11</sup>

Nivel	Alumnos	Personal Docente	Escuelas
Preescolar	2,455	107	59
Primaria	11,166	368	63
Secundaria	3,539	127	22
Bachillerato	1,564	79	7
Superior	143	6	1
Total	18,867	687	152

<sup>11</sup> Anuario Estadístico del Estado de Guanajuato, 2001, INEGI-INIDEG

El analfabetismo llega al 17.9%, cabe mencionar que este se ha visto reducido significativamente ya que para 1960 era del 59.9% más de la mitad de la población.

Porcentaje de alfabetos y analfabetos



12

## Salud

El municipio solo cuenta con las siguientes unidades de salud; una del IMSS (Instituto mexicano del Seguro Social), una del ISSSTE (Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los trabajadores del Estado) y seis del SSG (Secretaria de Salud de Guanajuato). Todas las unidades son de consulta externa, no se cuenta con especialidades.

## Abasto

Unidades de Abasto al 2004

- 3 tiendas Liconsa
- 1 tianguis
- 2 mercados públicos
- 1 rastro mecanizado

## Deporte

<sup>12</sup> Ídem.

En materia de recreación y deporte la infraestructura existente es limitada, pero cubre las necesidades mínimas de la población, ya que cuenta con una sala cinematográfica y canchas deportivas en la cabecera, además hay numerosas comunidades rurales que cuentan con campos de beisbol y fútbol.

### **Vivienda**

“Para el 2000 en el municipio existían 11,689 viviendas particulares habitadas, de las cuales casi el 80% cuentan con todos los servicios. El promedio de ocupantes por vivienda particular fue de 5.6. La mayoría de las viviendas están construidas con cemento”<sup>13</sup>.

<b>Viviendas</b>	<b>Habitadas</b>	<b>Con agua entubada</b>	<b>Con drenaje</b>	<b>Con energía eléctrica</b>
Total	11,689	9,886	8,576	10,457
Porcentaje		84.57	73.36	89.46

De acuerdo a los resultados que presenta el II Censo de Población y Vivienda del 2005, en el municipio cuentan con un total de 13,753 viviendas de las cuales 13,526 son particulares.

---

<sup>13</sup> Compendios Municipales 2003. Instituto de Formación para el Desarrollo.

El Municipio proporciona los servicios públicos mínimos necesarios para el bienestar de la población, tales como agua, energía eléctrica, drenaje y servicio de recolección de basura.

### **Vías de Comunicación**

Cuenta con una longitud carretera de 52.9 kilómetros, de los cuales 34% son troncal federal y el otro 66% son alimentadoras estatales. La totalidad de sus carreteras están pavimentadas. Destacan las carreteras Celaya-Juventino Juventino-Guanajuato y Salamanca-Juventino Rosas.

### **Medios de Comunicación**

Cuenta, asimismo, con los servicios de correo, telégrafo, teléfono e Internet. En cuanto a transportes existe servicio de taxis y de transportación foránea, con una central de autobuses en la ciudad.

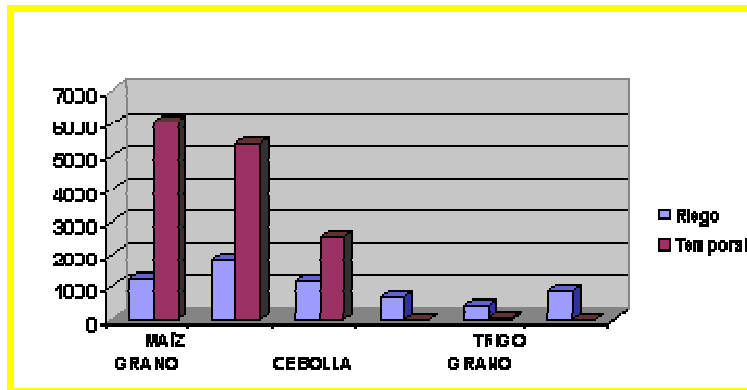
### **Actividad económica**

#### **Principales Sectores, Productos y Servicios**

##### Agricultura

Los principales cultivos son maíz, sorgo, cebolla, zanahoria, trigo en grano y alfalfa. De las 24,194 hectáreas sembradas durante el ciclo agrícola 1999-2000, el 67% fueron de temporal y el 33% fueron de riego.

## Hectáreas sembradas



## Ganadería

La población ganadera para el 2002, registró las siguientes cifras<sup>14</sup>:

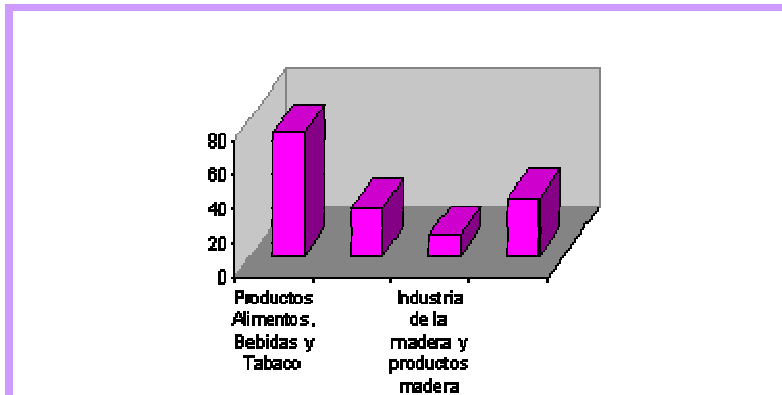
Concepto	Cabezas
Bovino	16,668
Porcino	1,982
Ovino	749
Caprino	17,837
Aves	8,542,097

El municipio de Santa Cruz de Juventino Rosas cuenta con talleres textiles, herrerías y algunas plantas de mayor importancia como la empacadora de verduras y legumbres “Birds Eye”, una fábrica de dulces “Cuanda”, una planta deshidratadora de alfalfa y una seleccionadora de cebolla.

<sup>14</sup> Compendios Municipales 2002. Instituto de Información para el desarrollo.

<sup>15</sup> Ibidem

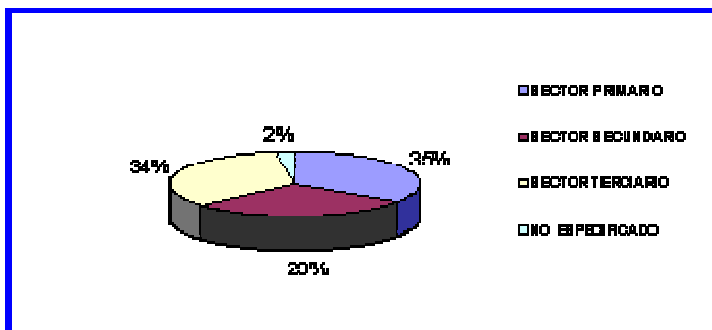
### Unidades económicas de la industria manufacturera



### Población Económicamente Activa por Sector

Hasta el año 2002 las personas económicamente activas representan el 41% de la población municipal total, dedicándose un 35 % al sector primario, un 29% al secundario, un 34 % al terciario, y el resto, un 2% no se había especificado<sup>16</sup>.

#### PEA por sector



La población económicamente inactiva representa el 58% y el 1% es no especificado.

<sup>16</sup> Ibídem

<b>Población Económicamente</b>	<b>Activa</b>	<b>Inactiva</b>	<b>No especificado</b>	<b>Total<sup>17</sup></b>
Municipio	18,694	26,287	222	45,203
Hombres	13,645	7,317	133	21,095
Mujeres	5,049	18,970	89	24,108

## **Atractivos Culturales y Turísticos**

### **Monumentos Históricos**

- Parroquia de la Santa Cruz, con su fuente y la Santa Cruz, construida en cantera rosa, que se encuentran ubicadas en el atrio de la misma.
- Kiosco del jardín principal, construido a principios de siglo XVIII.
- Portales coloniales del jardín principal, se encuentran ubicados en la parte oriente, sur y poniente de dicho jardín.

### **Fiestas, Danzas y Tradiciones**

- Homenaje a Juventino Rosas, 25 de enero
- Celebración del aniversario de la fundación de la ciudad, 3 de mayo
- Feria popular de Corpus Christi; 18 de junio
- Fiesta popular de Todos los Santos, 2 de noviembre
- Tradicionales fiestas guadalupanas, del 3 al 15 de diciembre

### **Trajes típicos**

En los varones se acostumbra el calzón y camisa blanca, faja y paliacate.

---

<sup>17</sup> Compendios Municipales 2002. Instituto de información para el Desarrollo.



## **Artesanías**

Las principales artesanías son instrumentos de cuerda; juguetes de alambre, barro, madera y cartón; objetos de cerda de crin de caballo; encajes y tejidos de gancho; cuartas y riendas para caballo.

## **Gastronomía**

En los dulces destacan el cubierto de calabaza, las charamuscas y figuras de azúcar.

## **GOBIERNO**

### **Principales localidades**

Santiago de Cuenda, con un total de 4,417 habitantes

Rincón de Centeno, con un total de 2,293 habitantes

Pozos, con un total de 1,838 habitantes

San Antonio de Morales, con un total de 1,687 habitantes

Ayuntamiento 2006-2009

Presidente Municipal

Sindico

8 regidores

### **Regionalización Política**

El municipio de Santa Cruz de Juventino Rosas se encuentra en el décimo Distrito Federal Electoral y al décimo cuarto Distrito Electoral Local.

### Cronología de los Presidentes Municipales

<b>Presidente Municipal</b>	<b>Período de Gobierno</b>
David Guerrero Vázquez	1955-1957
Juan Mosqueda Ibarra	1958-1960
Luis Espitia Guerrero	1961-1963
Salvador García Méndez	1964-1966
Raúl Peñaflores Palacios	1967-1969
Luis Espitia Guerrero	1970-1972
Vicente Bravo Peralta	1973
Rodolfo Mendoza Grande	1974-1976
Enrique Guerrero Ibarra	1977-1979
Constantino Gasca García	1980-1982
José Huerta Aboytes	1983-1985
Salvador Arellano Hernández	1986-1988
Constantino Gasca García	1989-1991
Raúl González Rico	1992-1994
Ramón Gasca Mendoza	1995-1997
Ernesto Rodríguez Villafaña	1998-2000
José Antonio Valadez Álvarez	2000-2003
Ramón Gasca Mendoza	2003-2006
Juan Antonio Acosta Cano	2006-2009

### **1.3. El Municipio de Santa Cruz de Juventino Rosas en la actualidad.**

Actualmente Santa Cruz de Juventino Rosas se encuentra gobernado por el PAN, a cargo del presidente Juan Antonio Acosta Cano.

El municipio sigue conservando la cultura que lo ha caracterizado a través de los años, con el que mantiene su espíritu de pueblo.

#### **Monumentos**

En la ciudad hay un monumento de Juventino Rosas Cadenas, localizado a un costado del jardín principal. La casa en donde nació el compositor, que actualmente funciona como Auditorio Municipal y Museo.

#### **Arqueología**

Existen tres regiones arqueológicas en el municipio:

Al norte, la del Naranjillo y la del Rinconcillo;

Al sur, La Planicie, la de mayor extensión.

El poblado rural conocido como El Naranjillo, se encuentra aproximadamente a 8 kilómetros de la cabecera municipal.

En línea recta, al oriente de lo habitado, se encuentra una elevación conocida como "Cerro del Indio" a unos 800 metros del sitio de referencia. En ese cerro, en su cúspide, existieron dos pirámides revestidas, sus gradas con canteras bien labradas.

Como a diez metros debajo de la cima al lado poniente, se encuentra una plataforma pétreo y sobre unas lozas planas bastantes grandes.

Frente a este cerro hay otro, el cual fue una verdadera fabrica de armamento ya que se encontraron muchas flechas terminadas, otras a medio labrar y otras inservibles o defectuosas y montones de lascas de donde hacían dichas flechas.

#### **Patrimonio edificado**

Parroquia de la Santa Cruz. En lo que respecta a los monumentos arquitectónicos con que cuenta este municipio, se puede mencionar a la Parroquia de la Santa Cruz, ubicada

en el corazón de la ciudad. Fue construida en 1824 por el Arquitecto Francisco Eduardo Tresguerras. En el atrio se encuentra una fuente y el monumento a la Santa Cruz que indica el lugar donde se originó la fundación de la ciudad, está construida en cantera rosa, en un estilo neoclásico.

Se empieza a construir en 1798 y se termina de construir siendo Cura Fray José María Vázquez, construida en cantera rosa y es de estilo Neoclásico y su interior estilo Jónico (Griego), se cree que en unas vacaciones a la hacienda de Romerillo Francisco Eduardo Tres Guerras diseñó el plano de la iglesia, pero no lo menciona en ningún documento ni en sus obras.

### Santuario de la Virgen de Guadalupe

Se inició a un costado del arroyo de las piedras anchas según indican algunas personas y por los cimientos que ahí se encuentran a Principios del siglo XX por el entonces cura Fray Francisco Ma. Arrollo.

### Capilla de la Virgen de la Luz

Empezó su devoción cuando se encontró una piedra con la imagen de la Virgen de la Luz, allá por la década de los años 60's en la que hoy es la colonia Villamagisterial ubicada en el municipio de Santa Cruz, después en los 70's en el club Campestre y después en su actual templo.

### Patrimonio Intangible

El Municipio es de una riqueza patrimonial muy notable por la fuerza de sus tradiciones que han perdurado por medio oral desde el siglo XVI, incluyendo su famosa herbolaria, así como las curaciones mágicas, le han dado una sólida identidad cultural que se manifiesta en sus fiestas tradicionales, sus alimentos y golosinas.

### Tradiciones y Leyendas

Entre las leyendas se encuentran: "La Llorona", "Chepe Benito", "María Graciana", "El Puente del Conde", "El Padre sin Cabeza", "Andrés Delgado "El giro" y "El Chan", "El Sherga", La niña que juega con las visitas en la casa de la esquina entre Morelos y

16 de Septiembre, La procesión de los Monjes, El correo de la Hacienda de Comontuoso, Los Niños Emparedados, Cruces de los Cuatro Vientos, Los Nahuales.

El Chan era un espíritu del agua que vivía dentro de los pozos artesanales y si los niños se asomaban al pozo, los jalaba hacia él.

Por otra parte, el Municipio cuenta con una relevante tradición herbolaria y de brujería, que se extiende incluso a la región.

El municipio de Santa Cruz de Juventino Rosas es una sociedad que se desarrolla y comienza a emprender una etapa de su crecimiento, que corresponde al efecto de abrir un espacio para la expresión y difusión de una diversidad de temas.

Santa Cruz de Juventino Rosas es un municipio donde la proliferación de publicaciones periódicas de incierto futuro ha sido característica del medio en el que se encuentra inmerso.

Estas aparecen y desaparecen como flores silvestres y todas sin dejar huella. Es así como han tenido su momento dos revistas en el municipio, el nombre de una de ellas llamada Chopper y la otra La Brújula.

## **CAPÍTULO II**

### **PUBLICACIONES PERIÓDICAS QUE HAN EXISTIDO EN EL MUNICIPIO.**

## **2.1 Semblanza de las Publicaciones Periódicas en el Municipio.**

La revista es un tipo de publicación, por lo común semanal, que ha de atraer al lector, no por el interés de la noticia inmediata (que de ello se ocupa cotidianamente el diario) si no por la utilización de otros elementos técnicos entre los que la imagen ocupa el primer lugar.

A ello viene precisamente la denominación de que la revista se vuelve a ver. La revista tiene esas noticias ya dadas a conocer por el diario para incorporarles aditivos que la complementan. En comparación con el diario, trae valores inéditos como la sugestión, el color, la imagen, etc.

Las relaciones entre la literatura y las revistas son más cercanas y estables que las del periodismo diario, que está mucho más concentrado por el curso rápido y en detalles de la actualidad. En cambio la revista tiene para sus análisis los aspectos más relevantes de un periodo de tiempo superior al diario.

Pero en Juventino Rosas como algunos otros avances, estas publicaciones llegaron un poco tarde.

La revista Chopper, fue la revista Pionera en este Municipio, en su inicio y a lo largo de todo su desarrollo, se caracterizó por contar con información muy reducida que abarcaba desde una nota hasta tres como máximo, todos los demás espacios eran ocupados por la publicidad.

Es importante señalar que las revistas si bien tuvieron un surgimiento similar al de los periódicos, éstas se destacaron por surgir a partir de las iniciativas de una clase intelectual y letrada que pretendía hacer énfasis en ciertos temas de interés, en especial los culturales.

Pero en las revistas que aparecieron en este municipio eso nunca ha ocurrido, ya que las personas que trabajaron en la elaboración de éstas no tenían ni la mínima idea de lo que se refiere en específico una revista, de ahí lo completamente empírico de la publicación.

Hoy, las revistas son un medio que se vende bien en el mercado, sin embargo en Juventino Rosas las revistas que fueron lanzadas al mercado no tuvieron tal éxito.

En cuanto a la publicación se refiere, producida habitualmente por una editorial, su periodicidad puede ser, generalmente, semanal, bisemanal, quincenal, mensual o bimensual, y el formato puede ser a todo color y/o a blanco y negro.

Por el contrario, la publicación tanto de las revista Chopper y La Brújula, eran de una periodicidad desconocida para todos sus lectores ya que podía salir al mercado cada quince días o una vez que la revista estuviera terminada.

Es por tal motivo que se considera que estas revistas no tuvieron éxito y desaparecieron en el corto tiempo que se les pronosticaba, pero se insiste que esto por lo empírico de su realización y además por la falta del plan de trabajo adecuado para elaboración de la misma.

Una revista se compone de una variedad de artículos sobre varios temas o alguno específico. Es tanto el impacto de las mismas que muchos periódicos incorporan secciones con un formato de revista, o las incluyen en sus tiradas como suplementos.

A pesar de saber esto, las revistas de este municipio contaban con pocos artículos y mucha publicidad y si lo analizamos, esto es debido al hecho de que de algo tenían que mantenerse éstas para poder seguir existiendo, aún en el poco tiempo en el que estuvieron presentes.

En la actualidad hay muchos tipos de revistas: cristianas, juveniles, para niños, para señoras (en este caso de cocina) y así se pueden mencionar un sin fin de revistas que no se hubiera pensado en sacarlas al público.

En Cuanto a las revistas Chopper y La Brújula, nunca se tuvo identificado el público al que estaban dirigidas, era una mezcla de todo, pero sin una clara editorial. Por ejemplo, se hablaba desde una receta de cocina para niños hasta la maligna tragedia de la familia Kennedy.

Valoramos el tiempo de quien hace suya la palabra leída; hecho que estimula y redonda en una mayor aplicación al trabajo, y que a su vez beneficia la relación con el lector, pero



también valoramos la buena crítica. El escritor, además de su propio lector, es también lector; debe, por ende, ser su propio crítico llamado a formar parte del constante aprendizaje que nace de ambas actividades.

Nunca se supo que formato tenían ambas revistas, hoy se conocen las revistas de consumo que son las que leen el público en general. Y su contenido incluye temas de interés general o específico. Sin embargo los directores de éstas revistas no sabían nada de ello. Entre los cientos de temas específicos que puede abarcar una revista de ese tipo se encuentran la computación, el deporte, la música, la cultura, la política, etc.

Tanto quien escribe como quien lee, aportan su ración al producto, por lo que el fruto del acto de escribir, en un plano subjetivo de comunicación tiene de uno y de otro; recoge, en las más íntimas vivencias, un resultado de esta comunicación, que a su vez origina un nuevo producto que pasa directamente a influir en el lector de manera que lo articula con episodios creados expresamente para ello.

Una vez que se tiene establecido el público para el cual se escribe, es más fácil optar por una diversidad de temas y ver con cuál de estos puede convencer y ubicar el punto importante, con cuales temas o con que publicidad obtienen mejores ganancias.

Vivimos, por desgracia, en una sociedad que no es lectora, y entonces hay que buscar los diferentes medios que nos permitan causar un impacto en el lector y despertar en ellos la inquietud de empezar a leer, es por ello importante que las publicaciones tengan contenido y forma.

Revistas como Chopper y La Brújula pudieron haber optado más por una revista económica, que son, como lo dice su nombre, las que no cuestan mucho dinero. "Son dirigidas a gente de bajos recursos, y personas relacionadas con la baja economía y ventas en el mercado."<sup>18</sup> Muchas revistas económicas son distribuidas solamente, o predominantemente, por la suscripción.

"Esta puede ser libre (cualquier persona puede suscribirse) o restrictiva, lo que significa que la suscripción está disponible solamente a los lectores que, según su criterio,

---

<sup>18</sup> PEREZ RAMOS José, ¿*Qué es una revista?*, 3ra. Edición, Ed. Alianza 1999, pag.23.

determine el director o la editorial. Este modelo también es conocido como circulación controlada."<sup>19</sup>

Esto le hubiera funcionado mejor a ambas revistas. Pero las dos fueron dirigidas por personas que no conocen mucho del ámbito de la comunicación y la publicidad y que tampoco tuvieron en mente elaborar una revista de una forma clara y utilizando la metodología adecuada para que esta hubiera llegado a tener el impacto que ellos esperaban.

La revista pionera Chopper, fue dirigida por el Técnico en Programación, el Sr. Serafín Guerrero y contó con el apoyo de otras tres personas que formaban el directorio de la misma. Esto solamente por incluir algo ya que como lo comentó el Sr. Serafín, en una entrevista que le fue realizada, sus principales colaboradores eran los miembros de su familia (su esposa y dos de sus hijas).

Mientras que la revista La Brújula, estuvo a cargo del Sr. Víctor García y él también contó con el apoyo de pocas personas para la realización de la misma.

Las continuas apariciones y desapariciones de publicaciones en el municipio de Santa Cruz de Juventino Rosas aportan un problema que podría definirse en dos preguntas generalizantes: ¿Por qué surgen estas publicaciones y por qué éstas no permanecen? y ¿Que representa una revista para que ciertas personas quieran agruparse para producirla? ¿Es una necesidad? ¿Un impulso? ¿O una estrategia?

Sería importante analizar tal cuestión, solo así podríamos descubrir la verdadera razón de existir de un medio de comunicación en un municipio pequeño, en donde las personas no cuentan con un hábito de lectura ya que muchas actividades de su vida cotidiana no incluye la lectura como algo primordial.

Está claro que una de las funciones de la revista es comunicar, pero también se tendrá en cuenta que no todos los acontecimientos de la vida cotidiana poseen las características necesarias para ocupar un lugar en sus páginas.

---

<sup>19</sup> Ídem

## **2.2 ¿Qué era la revista Chopper? Su creación e inicios.**

La revista Chopper estuvo a cargo del señor Humberto Barajas Macías, que era el director general de dicha publicación, para la realización de ésta contaba con la ayuda del técnico Serafín Guerrero Roque, él era el director regional, la Lic. Araceli Flores Silva era la subdirectora y la LAE. Ma. Concepción Costilla era la encargada del aspecto administrativo.

Pero como se comentó anteriormente en esta tesis y de acuerdo con la entrevista realizada al Sr. Serafín Guerrero esto era solamente por llenar el directorio, ya que entre sus principales y únicos colaboradores se encontraban los miembros de su familia y algunos amigos.

Chopper era una revista catorcenal detalle que resulta cierta solo en algunos casos ya que en varias ocasiones esta ni siquiera salía en un mes. Era publicitaria en un 90% e informativa en un 10%, y de distribución únicamente en el Municipio de Santa Cruz de Juventino Rosas.

Los productores recalcaban que salía al mercado cada dos viernes, y que contaban con un tiraje de 4000 mil ejemplares lo cual resultó también ser falso ya que por fuentes muy cercanas a los editores se descubrió que no era así. A pesar de que ellos utilizaban bastante publicidad para poder seguir existiendo, nunca llegaron a editar más de 3000 ejemplares.

Ni siquiera contaban con un lugar establecido para la elaboración de la revista, sus oficinas generales se encontraban en un domicilio particular ubicado en la calle de Morelos # 102, ellos en este lugar se encargaban de escribir la información y decidir la elaboración de los anuncios publicitarios.

La revista Chopper era impresa en los talleres gráficos del periódico Correo de Hoy, y todo lo referente a derechos de autor, certificado de licitud de contenido y título se encontraban en trámite. Esto también nunca llegó a realizarse ya que la revista salió del mercado antes del tiempo que se le había pronosticado.

El primer número de Chopper fue lanzado el viernes 6 de Julio de 1999 con un costo de tres pesos. En el primer número apareció un reportaje acerca de la historia del Municipio así como la artesanía que se elabora en el mismo.

La revista empezaba sin editorial y de las notas que se presentaban ninguna llevaba el nombre de la persona por la cual habían sido redactadas. Para los anuncios publicitarios utilizaban imágenes prediseñadas o tomaban una foto del establecimiento y en el programa de Paint realizaban el diseño.

La portada y contraportada eran las únicas páginas de la revista que estaban a color, las demás se presentaban en blanco y negro lo cual también restaba interés al lector, ya que como se recalca en los libros de publicidad, muchas revistas centran sus objetivos en la calidad, desde su formato, que exige una distribución del texto y de las imágenes con mejor visualización para el lector.

La importancia que le damos al diseño no solamente se refiere a su presentación, sino que se le considera como una buena oportunidad de contemplar la totalidad del producto. Se trata de crear un concepto que permita transmitir al lector informaciones, ideas y emociones de un modo sencillo.

El formato de la revista Chopper era tamaño media carta, sin un orden de cómo debían colocarse los anuncios publicitarios, todos se muestran empalmados y de tantos que se presentaban en una sola página el lector pierde el efecto de la Z, conocido por los publicistas con el fin de distribuir los anuncios de una mejor forma, para que sean atractivos al comprador y empezando del lado en el que el lector coloca su atención.

Hubiera sido importante que los encargados de elaborar la revista por lo menos contaran con una persona que supiera de comunicación y publicidad para que se encargara de darle a la revista un formato y un estilo.

Porque todo editor requiere tener la inquietud por identificar y comprender la transformación que se opera en el desarrollo de habilidades comunicativas y cognitivas cuando se realiza la producción de una revista.

Es decir, no había una preocupación por el análisis de redacción. La redacción es, sin duda, de lo primero que tenemos que ocuparnos. Es como los cimientos de todo lo demás: si esto falla, probablemente todo se irá abajo. Aunque muchos escritores jóvenes se empeñen en decir lo contrario. La redacción tiene que ver con casi todo: la claridad para

comunicar nuestras ideas, la buena impresión que causará nuestro trabajo, los efectos artísticos que queramos crear en él. Si la manejamos bien tenemos ya resuelto el setenta por ciento de los problemas del escritor.

Y no sólo en este aspecto se presentan los problemas sino también los referentes al aspecto publicitario, que es el que sale a relucir en la revista Chopper.

Los contenidos de la revista Chopper no tenían forma de redacción alguna, no se podría inferir que se refiere a una nota informativa, reportaje, columna, crónica, porque estos términos son desconocidos para algunas personas y el escritor no los especificaba.

Posteriormente se tomaría en cuenta que se debían considerar las aptitudes de las personas que elaboraban la revista y que era desde ese punto donde comenzaba el problema. Porque se necesita tener conocimientos básicos en producción de revistas para elaborar una.

El primer ejemplar de Chopper contaba con 6 páginas, de las cuales una gran mayoría eran dedicadas a los anuncios publicitarios.

En particular en esta publicación llama la atención una nota titulada *de mi archivo personal*, en donde se exponía la tragedia de la Familia Kennedy, donde se puede leer lo siguiente: "Chopper con la información hecha llegar por las diferentes agencias internacionales de noticias, ofrece a sus lectores un análisis sobre ésta famosa y acaudalada familia de los Estados Unidos, perseguida por la tragedia".<sup>20</sup>

De este artículo, surge una duda, si ellos no cuentan aún con los derechos de autor y otros trámites legales ¿Cómo fue posible que agencias internacionales les enviaran información sobre el tema?

Quizás y lo que más real podría parecer, es que ellos creyeron que sería fácil engañar a sus lectores, ya que en el Municipio de Juventino Rosas las personas no se preocupan mucho por investigar la veracidad de una nota informativa o en este caso por un artículo. Y por un lado buscaron llamar la atención, ya que la información antes señalada fue puesta en un recuadro aparte e incluso con letra en negrita.

---

<sup>20</sup> AGUILERA Arturo, "*Tragedia que no acaba*", en Chopper, 1999, N° 1, pág.6.

Otra estrategia que manejó la revista Chopper fue incluir más publicidad para que esta siguiera en el mercado. Y se sabe que la publicidad actual forma parte del marketing, que también estudia la forma del producto, la guerra de precios, etc.

De ahí que se encuentren dos puntos claves para conocer la importancia de la publicidad:

- Para el gerente de comunicaciones de una empresa, es una fuente de emisión de mensajes.
- Para el receptor de la comunicación, es una fuente interesada de las posibilidades de compra de productos y servicios.

Sin embargo los editores de la revista no conocían esto y cada vez con resultados menos favorables para la revista, ésta salió del mercado en el año 2002, y ya en sus últimas publicaciones con muy poca publicidad.

La revista Chopper llegó a contar con 40 números, en donde la información no variaba mucho, y en sus últimos ejemplares ya se empezaban a incluir eventos sociales, porque pensaban que así podrían lograr que la revista no desapareciera.

Después del análisis anteriormente expuesto se llega a la conclusión de que para querer realizar una revista se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

El primer paso es redactar y comprobar la viabilidad de la idea, para ello hay que redactar un proyecto editorial que incluya:

1. Público objetivo de la revista y análisis sociodemográfico. Audiencia que se aspira alcanzar: su número, segmentos de preferencia (popular o revista de referencia profesional o social).
2. Resumen ejecutivo sobre el proyecto editorial. Establecer la línea editorial de la nueva revista, contenidos, estilo y presentación que se adapta mejor al público. Es decir establecer las intenciones de fondo que inspirarán a la publicación y que guiarán su desarrollo a lo largo del tiempo. Además habrá que incluir las prioridades informativas de la revista y el estilo general (noticioso, analítico, etc.)

3. Ideas para el plan de negocio. Resumen de las oportunidades de negocio y análisis de la competencia en el ámbito concreto. En definitiva, explicar porqué alguien debería invertir en el proyecto.

Probablemente los objetivos finales de esta revista y la dosis de ilusión con la que se había querido producir hicieron que estos puntos quedaran fuera del plan de trabajo.

En todo caso, los miembros del Consejo de Redacción de la revista no estaban realmente preparados para lo que representaba este desafío.

Fue por tal motivo que la revista llegó hasta donde quisieron sus lectores, ya que el desarrollo de sus contenidos y sus secciones hubiera dependido fundamentalmente del nivel de participación de los mismos, quienes, con la colaboración del Consejo de Redacción, hubieran sido los verdaderos protagonistas de esta publicación.

#### **2. 4. ¿Cuáles son los periódicos que circulan en el municipio de Santa Cruz de Juventino Rosas?**

Hay varios periódicos que circulan en el municipio entre ellos se encuentran el Sol del Bajío, el A.M., El correo, la prensa y Esto. Los de circulación nacional nada más se entregan a los que tienen suscripción. Entre ellos se encuentran, El Universal y la Jornada.

El periódico de mayor circulación en el Municipio es el Correo de Hoy, el cual a pesar de que contiene mucha información del estado de Guanajuato llega a interesar a los lectores de este municipio, también influye la clase social a la que va dirigida, pero este periódico tiene impacto en Juventino Rosas.

El periódico que le sigue en venta en el municipio es el Sol del Bajío. El Sol del Bajío es un diario de noticias locales y estatales.

\*Este dato se obtuvo al entrevistar a los vendedores que se encuentran en los puestos de periódicos.

¿Quiénes son?

"Organización Editorial Mexicana es una empresa de medios con presencia en casi todo México. Bajo su nombre se agrupan 70 periódicos, 24 radiodifusoras, 1 canal de televisión y 34 sitios en red".<sup>21</sup>

Este periódico circula en la mayoría de los municipios del estado de Guanajuato y de la República, en donde ya existe el periódico del Sol del Bajío pero con otras terminaciones por el estado.

Como se recalcó en un principio el periódico más vendido en el municipio es el Correo de Hoy, pero el Sol del Bajío ocupa la segunda posición y esto debido a la clase social a la cual va dirigido, es por eso que periódicos de mayor y mejores contenidos no tienen muchos lectores en el Municipio.

El AM es el periódico que sigue en ventas al Sol del Bajío, a pesar de que cuenta con un reducido grupo de lectores contiene mejores columnas y artículos de opinión, pero también a la clase social a la que va dirigida, la cual es media-alta responde a otras necesidades de información.

El periódico La Prensa es otro de los diarios que tienen gran impacto en Juventino Rosas, sobre todo por lo amarillismo de sus notas que despierta en el lector el morbo, ya que las imágenes que utilizan siempre en la primera página es el gancho para que muchos lectores se decidan por este diario en lugar de cualquier otro.

El periódico deportivo Esto, también cuenta con sus lectores, todos aquellos que requieren estar informados en lo que al mundo deportivo se refiere. Como hemos notado en el municipio de Santa Cruz los lectores de periódicos o revistas no están interesados en consultar los mejores diarios que existen en el mercado, aunque es indudable que muestran interés por mantenerse informados es por ello que acude a las fuentes de información antes citadas.

---

<sup>21</sup> [http://www.oem.mx/el\\_sol\\_del\\_bajio/estadisticas/somos](http://www.oem.mx/el_sol_del_bajio/estadisticas/somos).



**CAPÍTULO III**

**DIFERENCIAS ENTRE PERIODICOS DIARIOS Y**

**REVISTAS**

### 3.1. Definición de Periodismo, Periódico Diario y Revista.

¿Qué es el periodismo? Antes de aproximarnos a un concepto, vamos a intentar definirlo. ¿Es una profesión?, el catálogo de profesiones no lo estima así. Si no es una profesión, vamos a dejarlo en un oficio, cualidad mucho más respetada en la antigüedad que en estos tiempos. Como los plateros o como los orfebres trabajamos con un material extraordinariamente fino, muy valioso y también muy peligroso: la palabra.

Es decir, a los periodistas se les ha otorgado el don mágico de sentir la urgencia de comunicarse con los demás, si a unos la naturaleza los dotó con bellas voces, a ellos se les entregó un idioma que les permite transmitir a los demás lo mejor que sea posible y si es con sencillez y belleza mejor, todo lo que tenga que ver con cómo vivimos, observamos, padecemos y gozamos el diario transcurrir de nuestro tiempo.

El periodismo mas allá de ser un oficio o profesión, es ante todo una pasión, que se retroalimenta por el afán de conocer la verdad. La intensidad con la que vivimos y participamos en los acontecimientos y la energía de este constante suceder, redundan en un mecanismo de retroalimentación, el cual nos lleva por todos los caminos y senderos hasta entender como contribuir para tener una sociedad armónica.

El periodismo constituye un hecho cotidiano tanto para el emisor como para el receptor. Si nos referimos a la prensa escrita, los lectores en nuestro país, tienen el hábito de ver no de leer un diario. Leer rápidamente las cabezas de la primera plana, darle una ojeada a la página editorial y detenerse unos segundos más en las caricaturas.

Es el ritual matinal que ahí cesa. En el mejor de los casos se aparta para leer completa una entrevista, un editorial o un artículo y muy en primer lugar la columna favorita y punto.

**¿Entonces como se podría definir al periodismo?** Como la actividad de recolectar, elaborar y publicar información relativa a la actualidad, especialmente a hechos novedosos de interés social y público.

La base del periodismo es la noticia, pero comprende diversos géneros: informativo, interpretativo y de opinión.

El periodismo es una forma de expresión social, sin la cual, el hombre conocería su realidad únicamente a través de las versiones orales, resúmenes, interpretaciones, relatos históricos y anecdóticos.<sup>22</sup>

El periodismo satisface la necesidad humana de saber qué es lo que pasa en su localidad, en su país, en el mundo, de conocer los hechos, declaraciones y reflexiones de interés público. Los periodistas responden a las preguntas esenciales: qué, quién, cómo, cuándo, dónde e idealmente el porqué.

No obstante, es importante tener en cuenta que para hacer un excelente periodismo no basta con estudiar periodismo o ciencias de la comunicación, se necesita práctica, mucho trabajo y, sobre todo, mucha pasión y amor por lo que se está haciendo, pues si bien es cierto que conseguir una noticia puede ser relativamente sencillo, la dificultad que implica el oficio del periodismo reside en darle un adecuado manejo, en saber cómo comunicarla, cuándo y en dónde.

Aunque el objetivo del periodismo, como anteriormente se mencionó, es el de relatar lo que ocurre en la sociedad, hay varias formas de hacerlo; es decir, existen diversas clases de periodismo dependiendo del tema que se toque y de la manera como se exprese. Las dos grandes clases de periodismo existentes son la del periodismo informativo y la del periodismo investigativo.<sup>23</sup>

La primera, como su nombre lo indica, consiste básicamente en informar hechos actuales que tienen importancia para un determinado grupo de personas o para el público en general. Su interés primordial es localizar sucesos presentes sobre un personaje o sobre un acontecimiento.

La tarea más importante que ha de cumplir esta clase de periodismo es lograr que lo que se narre sea actual, a la vez que genera cierto impacto en el público.

---

<sup>22</sup> MARIN Carlos, "*Manual de Periodismo*", ed. Grijalbo, México 2003, pág. 12.

<sup>23</sup> [www.lablao.org](http://www.lablao.org)

Por su parte, el periodismo investigativo aunque también busca dar a conocer algo específico, tiene como principal característica que no solo tiene en cuenta al presente sino que también se remite al pasado, a las causas que generaron un hecho en particular. Su punto de partida es la investigación, la búsqueda de datos, de consecuencias, de pistas, de personajes, de testimonios.

Esta clase de periodismo no necesita como materia prima una noticia, pues aunque a partir de esta pueda igualmente desarrollarse, el periodismo investigativo puede, por sí solo, generar una noticia.<sup>24</sup>

Para ser más claros, puede crearse noticia a partir de una investigación sobre un tema que en determinado momento no tiene importancia en la sociedad, ya sea porque dicho tema resulta ser relevante para una situación que se vive en la actualidad a pesar de que ello no se sabía, o porque se había olvidado y el periodista, mediante su investigación, le da la importancia que se merece y logra que la comunidad en la que acontece dicho tema tome conciencia acerca de él.

Ante el aparente caos y dispersión de la realidad de que se ocupan, los periodistas realizan una tarea de articulación de sucesos, datos, situaciones, expresiones y formas literarias para llevar hasta sus lectores una versión sustancialmente cierta y verosímil de esa realidad casi siempre inabarcable. Así veracidad, periodicidad, oportunidad, verosimilitud, e interés público son elementos constitutivos del ejercicio periodístico.

El mejor periodismo es el que conjuga las aptitudes profesionales del periodista fundado en la convicción y por la tarea en equipo del descubrimiento y la difusión.<sup>25</sup>

El periodismo es, entonces, una especie de espejo donde se puede intentar entender lo que le pasa al ser humano en cualquier parte del mundo; es una manera de saber que ocurre en lugares lejanos que no es posible visitar, en las ciudades que ni siquiera sabemos que existen; es, en últimas, la forma más práctica de conocer el mundo y lo que sucede con él.

---

<sup>24</sup> MOIRON Sara, "*Como acercarse al periodismo*", ED. CONACULTA, México 2000, Pág. 23

<sup>25</sup> MARIN Carlos, "*manual de periodismo*", ED. Grijalbo, México 2003, Pág. 12

**El periódico diario** es una publicación editada normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya principal función consiste en presentar noticias. El periódico, además, puede defender diferentes posturas públicas, proporcionar información y consejos a sus lectores y a veces incluye tiras cómicas, chistes y artículos literarios. En casi todos los casos y en diferente medida, sus ingresos económicos se basan en la inserción de publicidad.

Se edita, distribuye y vende cada día en los quioscos y en los lugares acreditados para ello, y se destinan al público en general, por lo cual su estilo es claro y conciso y su contenido muy variado, pero siempre dividido en dos secciones generales, información y opinión, estas a su vez divididas a su vez en sub. Secciones:

Información nacional, internacional, local, sociedad, cultura, ciencia, Salud, economía, deportes, agenda, anuncios etcétera, en el caso de la información: editorial, artículos de fondo, cartas al director, columnas, críticas (taurina, cinematográfica, televisiva, deportiva, teatral, musical), crónicas, humor gráfico.<sup>26</sup>



Algunos periódicos han adquirido fama por su aceptación de alguna sección en particular, ya sea que la sección es destacada a comparación de otros periódicos, o esta tenga algo peculiar distintivo; por ejemplo, un periódico en una sociedad de publicación de varios periódicos puede atraer más clientela porque su sección de anuncios clasificados que goza de fama de ser mucho más completa.

---

<sup>26</sup> [Http://wikipedia.imagenes](http://wikipedia.imagenes)

Un periódico, aunque imparcial, puede tener una edición con tendencia hacia cierta ideología, o una tendencia a apoyar particulares causas, pero también puede estar más enfocado a las finanzas, por ejemplo.

El periódico ha sido crucial en difundir el crecimiento de la conciencia social y laboral. Y ha sido un instrumento que ha podido fungir como abogado de los pobres o de algunas causas oprimidas.

**Una revista**, magazine (por su denominación en inglés) es una publicación periódica, generalmente financiada por publicidad y/o por los lectores.<sup>27</sup>

La historia de estas se remonta en el año 1888, La aparición de publicaciones periódicas que no fueran solamente informativas data del siglo XVIII en forma de almanaques, que se editaban por años y en los que se entregaban datos útiles sobre el clima, las comunicaciones, la población y otros temas informativos, junto con prosa literaria y poemas de breve extensión. Su finalidad era amenizar el ocio de los lectores.

En el transcurso del mismo siglo también nacieron los semanarios, que incluían descripciones de modas y costumbres, acompañadas de crítica social y moral. Las primeras revistas reunían una gran variedad de materiales para enfocar intereses particulares.

A lo largo del siglo XX, los hermanos Hugo y Oliva publicaron estas, la publicación de revistas se fue consolidando como actividad altamente rentable en todo el planeta. Debido a la gran expansión de la televisión y los medios audiovisuales, sumado al aumento del costo del papel, muchas revistas cerraron en las décadas de los 60 y los 70.

Probablemente el país en que más revistas se publican en la actualidad sea Japón donde existen varios millones de revistas distintas, seguido de los Estados Unidos.<sup>28</sup>

Es importante señalar que las revistas si bien tuvieron un surgimiento similar al de los periódicos, estas se destacaron por surgir a partir de las iniciativas de una clase intelectual y letrada que pretendían hacer énfasis en ciertos temas de interés.

---

<sup>27</sup> PEREZ RAMOS José, ¿**Qué es una revista?**, 3ra. Edición. ED. Alianza 1999, Pág.27

<sup>28</sup> ibídem

### 3.2. Características generales de los periódicos diarios.

La prensa es el medio periodístico por excelencia. Las publicaciones impresas pueden conservarse en una casa, en una biblioteca, en un archivero, en una hemeroteca o en computadoras. Una de las formas en las que se presenta la prensa es en los periódicos diarios.

¿Cuál será entonces el idioma propio y característico del periódico?

Para René Pucheu es el *français Sauvage*, lo que significa una lengua representativa. El periódico no alude al razonamiento, antes bien lo busca pero la mayoría de las veces no por medio del discurso razonado sino del hecho vivido.<sup>29</sup>

*Los diarios están definidos por:*

- a) La fisonomía editorial, constituida por la naturaleza de los asuntos que se abordan y la política editorial de cada empresa periodística, su posición ideológica y política frente a los hechos de interés colectivo.
- b) La fisonomía física, dada por su presentación, tamaño, tipografía, distribución de materiales gráficos y escritos, secciones, clase de papel, utilización de uno o más colores, número de páginas.<sup>30</sup>

La variedad general se publica una vez al día de ahí la frase prensa diaria, algunas veces con excepciones para los domingos y los festivos nacionales.

Otra variedad, menos grande y prestigiosa, se publica una vez a la semana lo que conocemos como semanarios.

Muchos países tienen al menos un periódico que circula por todo su territorio; un diario nacional, a diferencia de un diario local que trata de una sola ciudad o región.

<sup>29</sup> LOPEZ Manuel, "*Géneros Periodísticos*", 2da. edición, Ed. Alianza, México 2003, pág.15

<sup>30</sup> MARIN Carlos, "*Manual de Periodismo*", Ed. Grijalbo, México 2005, pág. 12

Estados Unidos y Canadá son una excepción parcial a esta tendencia, ya que no cuentan con casi ningún diario de enfoque y distribución universal dentro de sus territorios.<sup>31</sup>

El dueño o encargado se llama editor. La persona encargada del contenido se llama director, director jefe o director ejecutivo.

Hace siglos que los gobiernos hacen circular diarios regulares de sus acciones, Julio Cesar hizo circular una lista de eventos llamada **Acta Diurna** durante la República Romana en el año 59 a.c., y hubo una publicación del gobierno imperial chino en el año 713 d.C. que se llamo *Noticias Mezcladas*, pero las versiones tempranas no alcanzaron mucho éxito o distribución sin la impresión masiva que se logro después de Gutenberg. La prensa escrita apareció bajo forma de hojas sueltas a finales del siglo XV.<sup>32</sup>

*Formato:*

Actualmente la mayoría de los diarios se distribuyen bajo cuatro clases principales de formato:



- Hoja grande, tamaño sabana, (o asabanado), *broadsheet*: 600mm por 380mm, usado muchas veces por los periódicos más *serios*. Un ejemplo es el *The Times* hasta el 2004.
- Tabloide: la mitad del tamaño de los broadsheet, 380mm por 300mm. Es muchas veces visto como sensacionalista al lado de estos últimos en determinados países, aunque en otros países como España es el tipo más utilizado.
- Berliner: 470mm por 315mm, usado por periódicos como *Le Monde*.
- Arrevistado: formato tipo revista, poco frecuente aunque se sigue utilizando.<sup>33</sup>

<sup>31</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/prensa\\_escrita](http://es.wikipedia.org/wiki/prensa_escrita)

<sup>32</sup> ídem

<sup>33</sup> íbidem



La prensa posee, como todo medio de comunicación, las funciones de informar, persuadir, promover, formar opinión, educar y entretener.

Difusión o circulación.

Al número de ejemplares vendidos en un sólo día se le llama difusión o circulación, y se usa como una forma de definir las escalas de precios para avisos publicitarios.

Para la mayoría de los periódicos, su mayor fuente de ingresos es la publicidad. Lo que ganan de la venta de ejemplares a sus clientes no es nada. Es debido a esto que el precio de los periódicos es bajo o incluso gratuito.

Los editores de periódicos siempre buscan mayor difusión para así ganar más dinero por la venta de publicidad debido a la mayor eficacia de publicitar en sus hojas. Sin embargo, algunos sacrifican una mayor difusión a cambio de tener una audiencia más rica un grupo demográfico más atractivo a los empresarios.

Muchos periódicos por suscripción ofrecen varios planes de oferta, por ejemplo: solo domingos, o solo sábados, o solo días laborables.

El futuro de los periódicos se ve nublado, con la audiencia general en una lenta disminución en muchos países desarrollados debido a la creciente competencia de la televisión y la Red que compite para la publicidad, especialmente los anuncios de trabajo.

Debe decirse, sin embargo, que frente a los medios audiovisuales, la prensa escrita presenta la ventaja de dar más detalles sobre las noticias y de informar normalmente desde otra perspectiva sobre los acontecimientos que acontecen en nuestro mundo actual.

### **3.3 Características generales de las revistas.**

Se compone de una variedad de artículos sobre varios temas o alguno específico. Producida habitualmente por una editorial, su periodicidad puede ser, generalmente, semanal, bisemanal, quincenal, mensual o bimensual, y el formato puede ser a todo color y/o a blanco y negro.

Muchos periódicos incorporan secciones con un formato de revista, o las incluyen en sus tiradas como suplementos.

### ***Tipos***



### ***Revistas de interés general o de consumo***

Las revistas de consumo son como su nombre lo dice las que consume en general. Estas contienen temas de interés general o específico. Entre los cientos de temas específicos que puede abarcar se encuentran la computación, el deporte, la música, la cultura, la política, etc.

Mientras que la mayor parte, de las revistas son iguales para todos los países o ciudades donde se entreguen, algunas dependen del área donde se entreguen, creándose las ediciones regionales. Algunas revistas son totalmente gratuitas para el lector, ya que son financiadas solamente por la publicidad.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> [www.jggweb.com](http://www.jggweb.com)

### *Revistas del cliente*

Otro tipo de revistas de consumo son las conocidas como *revistas del cliente*, que son similares en formato y estilo a las revistas de consumo, pero son publicadas por organizaciones tales como clubs o líneas aéreas, para comunicarse con sus clientes. Normalmente su edición corre a cargo de periodistas que en modo externo aportan desafío y redacción a estas empresas.

### *Revistas económicas*

Las revistas económicas, son, como lo dice su nombre, las que no cuestan mucho dinero. Son dirigidas a gente de bajos recursos, y personas relacionadas con la baja economía y ventas en el mercado. Muchas revistas económicas son distribuidas solamente, o predominantemente, por la suscripción.

Esta puede ser libre cualquier persona puede suscribirse o restrictiva, lo que significa que la suscripción está disponible solamente a los lectores que, según su criterio, determine el director o la editorial. Este modelo también es conocido como *circulación controlada*.

### *Revistas Gratuitas*

En los últimos años, junto a la prensa de distribución gratuita, han nacido varios tipos de revistas también gratuitas. En especial destacan aquellas relacionadas con el ocio y la cultura.

Guías de comercios, restaurantes, tiendas de moda, centros de estética, etc. que además de información sobre estos comercios han incluido también contenidos de cultura: citas de teatro, cine, exposiciones y música. Con mayor calidad que la prensa gratuita, las revistas normalmente se centran en nichos de mercado determinados.

### ***La Revista en la Internet***

Las ediciones digitales se han popularizado en los últimos años. Este tipo de ediciones son comúnmente replicas de ediciones publicadas en papel, aunque también pueden existir publicaciones que solo tengan ediciones digitales. La tecnología hace que estas revistas puedan tener diseños más atractivos así como múltiples funciones que ayudan a tener una mayor interacción con los lectores. Es una de las nuevas opciones que nos ha traído el desarrollo de la tecnología y con ello un también nuevo periodismo "periodismo electrónico, virtual o digital".<sup>35</sup>

#### **3.4. Principales diferencias entre los periódicos diarios y las revistas**

Los periódicos constituyen el medio de comunicación más frecuentemente utilizado por las pequeñas empresas. Ofrecen una amplia variedad de opciones de costo, dependiendo del tamaño del anuncio. Además, brindan un alto grado de flexibilidad, ya que permiten cambios hasta unos cuantos días antes de que se publique el anuncio.

Esta constituye una ventaja definitiva cuando se desean resultados rápidos. Aunque los anuncios en las revistas parecen más sugestivos, estas requieren que estén terminados con mucha anticipación. Cuando los entrega para su publicación, transcurrirá por lo menos un mes antes de que el anuncio aparezca impreso.

Digamos que ha decidido poner un anuncio en un periódico. Ahora es necesario que se pregunte si ha pensado en el entorno más adecuado. Deberá preguntarse si el periódico que selecciona llega a la mayoría de los de clientes en perspectiva. Al mínimo costo.

En cuanto a lo que son las revistas el atractivo de estas es que se adaptan mejor a un texto largo que cualquier otro medio de comunicación. Esto se debe a que la gente compra las revistas para dedicar tiempo a su lectura, a diferencia de los periódicos, que se leen para conocer las noticias y después se desechan. Las revistas atraen a su público lector. Y cualquier anuncio en revistas logrará lo mismo.

---

<sup>35</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/prensa\\_escrita](http://es.wikipedia.org/wiki/prensa_escrita)

Los anuncios en revistas son el mejor medio para explicar un mensaje extenso del producto. Las gráficas y diagramas se utilizan para demostrar el rendimiento del producto a lo largo del tiempo, o para realizar comparaciones con la competencia.

Pero los periódicos y revistas constituyen un medio pasivo. Anunciarse en ellos presupone que el lector tiene un interés intrínseco en el producto. Los lectores a menudo pasan por alto un anuncio si no tienen conciencia de que necesitan el producto.

Una vez que se ha analizado con profundidad el contenido de ambas publicaciones es necesario buscar las formas más efectivas para comunicar algunas de sus más notables diferencias. Empezaremos diciendo que la diagramación en una revista debe desarrollar tanto el valor estético como el valor comercial del diseño.

Otro de los elementos básicos en el diseño editorial es la imagen, cuya elección deberá realizarse teniendo en cuenta la diagramación y el valor estético.

Funciones:

La inclusión de imágenes es fundamental, ya que es un modo de reforzar, explicar y ampliar mediante el lenguaje visual el contenido del libro, revista o periódico para el que se está diseñando. La elección de las imágenes es, entonces, significativa, y es importante que las seleccionadas sean coherentes con el texto. La coherencia es clave para evitar dar información extra innecesaria que pueda confundir a los lectores.<sup>36</sup>

Los elementos visuales son sumamente importantes porque atrapan la atención de los receptores y también porque funcionan como formas de descanso en la lectura, facilitando así la legibilidad. Cuando leemos un diario estamos conscientes de que en sus páginas no encontraremos tantas imágenes llamativas a nuestros gustos pero si volteamos hacia las revistas podemos centrar más la permanencia en fotografías que llaman nuestra atención.

---

<sup>36</sup> PÉREZ RAMOS, José, *¿Qué es una revista?*, 3ra. edición, Ed. Alianza 1999, pág.30

### Disposición:

La imagen puede ubicarse en distintas partes y con diferente relación al texto, generando de esta manera puntos de atracción diversos. Puede tener sus lados pegados al corte, puede tener forma de viñeta, estar centrada, ocupar toda la página, etc. El diseñador decidirá de qué modo disponer las imágenes según el significado que se busque crear.

Cuando analizamos el periódico encontramos que la imagen se encuentra a un lado de lo que es la nota, sin embargo al ver las revistas estas tienen un contenido más atractivo que le permita captar la atención del lector.

### Fotografías e ilustraciones:

Entre las imágenes se incluyen fotografías e ilustraciones, utilizadas tanto en libros como en revistas y periódicos. Existen algunas diferencias entre ambas. Las fotografías se incluyen al diseño para aportar realismo. Ya que representan escenas de la realidad. Esto puede verse en las revistas y periódicos, en los cuales las fotos explican visualmente una noticia.

Las fotografías pueden tener en muchos casos un gran valor artístico que realza el prestigio de la publicación en la que aparecen.

En las revistas y diarios las fotos se utilizan también en los anuncios publicitarios para resaltar los productos y hacerlos más llamativos. Lo atrayente de un anuncio dependerá en gran medida de la calidad fotográfica, tanto conceptual como visual.

Es preciso considerar que hay una importante diferencia en la resolución fotográfica entre los diarios y las revistas, dado que la calidad del papel y de la impresión es distinta el nivel grafico es menor en los periódicos.

Por otra parte, el predominio visual varía entre ambos tipos de publicaciones. La presencia de imágenes es mucho más fuerte en las revistas.

Las ilustraciones, por otra parte, se incluyen fundamentalmente por su valor estético y creativo. Se caracterizan por la originalidad y la expresividad, y tienen el poder de atraer poderosamente la atención de los lectores. Se ha empleado mucho en literatura, como puede observarse en los textos infantiles, en los cuales cumplen una función central.

En el caso de las revistas y periódicos las ilustraciones permiten promocionar productos de forma novedosa y artística, marcando la diferencia con otros productos de la competencia. Expresan distintas sensaciones según la composición que tengan, con predominio de líneas rectas o curvas. Las rectas expresan fuerza y definición, las horizontales reflejan tranquilidad y las verticales, superioridad. Las curvas, por su parte, crean sensación de movimiento y flexibilidad.<sup>37</sup>

Sin embargo hay que tomar en cuenta que en los periódicos se tiene establecido el lugar donde será ubicada la publicidad o tiene su suplemento del mismo.

Mientras que en las revistas aparece en diferentes y a veces en la mayoría de las páginas permitiendo vender anuncios en todos ellos.

Tantas fotografías como ilustraciones son herramientas poderosas de atracción para el lector, ya sean imágenes a color o blanco y negro. Si bien el uso de muchos colores suele resultar muy atractivo, también pueden lograrse diseños de alta calidad e impacto en blanco y negro.

Los espacios en blanco son más importantes de lo que se supone, ya que producen una gran sensación de libertad y claridad. Sirven también como descansos y pausas en la lectura, como espacios de reflexión y como formas de equilibrar la composición.

En los periódicos no encontramos muchos espacios en blanco más allá de los que son marcados por los márgenes mientras que en las revistas a penas encontramos unos pocos.

---

<sup>37</sup> Ibidem

## **CAPÍTULO IV**

**LA IMPORTANCIA QUE TIENE UN SONDEO DE  
OPINIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE UNA  
REVISTA EN EL MUNICIPIO DE SANTA CRUZ DE  
JUVENTINO ROSAS.**



#### **4.1 La realización de un sondeo de opinión para la realización de una revista en el municipio de Santa Cruz de Juventino Rosas.**

Actualmente los sondeos de opinión sirven para captar la opinión generalizada sobre cuestiones muy diversas que existen dentro de la sociedad de masas al mismo tiempo que permite evaluar cuántos y con qué intensidad sostienen esa opinión.

El campo de estudio de las opiniones es en realidad inmenso y casi ilimitado pues no hay ningún terreno de la vida colectiva en que el conocimiento de las disposiciones de los hombres no aporte preciosos elementos de apreciación.

Las encuestas de opinión han transformado algunos aspectos decisivos de la manera en la que la sociedad se transforma. La información obtenida mediante procedimientos estadísticos permite extraer conclusiones bastante más seguras que las dictadas por la intuición o el sentido común.

Para la realización de cualquier proyecto estrategia o empresa siempre será de gran apoyo contar con la opinión de las personas a las cuales les presentaremos el producto u otorgaremos nuestros servicios, como dice Rubén Treviño, “por no conocer y entender a sus clientes actuales y/o meta, muchos han cometido costosos errores que les han causado hasta la quiebra”.

Esta es la importancia y justificación por la cual se considero trascendente realizar un sondeo de opinión es decir: tener una herramienta que sirviera de apoyo para conocer que es lo que el municipio de Juventino Rosas espera de un proyecto de revista.

El sondeo de opinión se aplico entre el 21 y el 28 de octubre del 2007 y presentó las siguientes etapas:

- a) Antecedentes del proyecto, tomando como punto de referencia las revistas anteriores en el municipio. Chopper y la brújula.
- b) Planteamiento de la situación del problema
- c) Determinación del objetivo general de sondeo de opinión

- d) Explicación de metodología a seguir
- e) Objetivos particulares
- f) Definición de la hipótesis a comprobar
- g) Realización de cuestionario de sondeo de opinión
- h) Realización de muestreo
- i) Interpretación de resultados y gráficas

***a) Antecedentes del proyecto, tomando como punto de referencia la revista anterior en el municipio. Chopper.***

Entre el año 1998 y 2000 y durante la revista chopper con unos cuantos números editados tenía las siguientes características:

- formato carta.
- papel periódico
- 8 páginas: dos de sección a color y 6 a blanco y negro, escala de grises.
- maneja la siguiente información: interés general, eventos del municipio, horóscopo, leyendas del municipio, felicitaciones y publicidad.
- tenía un costo de recuperación de 5 pesos
- la publicación conto con 15 números
- su finalidad era vender publicidad porque era lo que mas se encontraba en el contenido.

Después de los números publicados de la revista chopper, esta no ha vuelto a ser editada, aunque se ve la posibilidad de generar un anteproyecto que presente cual sería el medio de comunicación para los habitantes de Juventino Rosas.

***b) situación del problema.***

Teniendo el antecedente del periódico chopper, existe la inquietud por saber cual sería la factibilidad y la aceptación que tendría dentro del municipio de Juventino Rosas un medio de comunicación que se presente en una revista, de la misma manera interesa saber y definir los gustos y las preferencias de de los habitantes del municipio con respecto a los siguientes temas:

Tamaño ideal para la publicación, tipo de papel, fijar la periodicidad, tipo de información

de mayor aceptación, costo de recuperación que estarían dispuestos a pagar, la publicidad a incluir y concretar el número de tiraje que se realizara.

***c) objetivo general del sondeo de opinión.***

Interesa saber cual sería el nivel de aceptación que tendrían los habitantes del municipio de Juventino Rosas con respecto a la realización de una revista, al igual interesa saber cuales son los temas que en la actualidad le llaman más la atención a los ciudadanos y sus gustos con respecto a algún formato en especial.

De igual manera lograremos prever cual sería nuestra potencialidad de venta (en caso de que la publicación tuviera un costo) y podremos delimitar cual sería el número de ejemplares producidos y maquilados de la revista.

***d) Metodología.***

Se pretendía conocer a través de una investigación estructurada en un cuestionario dirigido, por comprobación de hipótesis.

La investigación se realizó en la zona centro del municipio de Juventino Rosas a los habitantes del mismo que fueron elegidos de una muestra simple casual finita al azar. Por lo cual se tomó el universo de 101 700 habitantes.

Se propuso una confiabilidad del 90%, con un error de +/- 8% y una probabilidad de éxito o fracaso del 75%.

Como se comentó anteriormente, se entrevistarán habitantes de la zona centro del municipio de Juventino Rosas elegidos todos al azar.

***e) objetivos particulares.***

a) Interesa saber cual es el grado de aceptación y apoyo de los habitantes de Juventino Rosas ante la producción de una revista.

b) interesa conocer cuales son los temas y secciones de mayor interés de los habitantes de Juventino Rosas para que sean publicados en una revista.

c) interesa conocer y definir el tamaño y formato de la revista más aceptado por los

ciudadanos.

d) interesa saber cual es la periodicidad y el tiraje que debe tener una revista para el municipio de Juventino Rosas.

***f) definición de las hipótesis a comprobar.***

*1. Hipótesis del objetivo particular A.*

a.1. Los habitantes de Juventino Rosas consideran que es necesario que el municipio cuente con un medio de comunicación como una revista.

a.2. Los habitantes de Juventino Rosas consideran que la principal función de una revista es ser fuente de información.

a.3. Los habitantes de Juventino Rosas apoyarían una revista comprándola.

*2. Hipótesis del objetivo particular B.*

b.1. a los ciudadanos de Juventino Rosas les interesa mas los temas relacionados con la información interna del municipio, para que sean publicados en una revista.

*3. Hipótesis del objetivo particular C.*

c.1. a los ciudadanos de Juventino Rosas les gusta más el tamaño carta para una revista.

c.2. Los habitantes de Juventino Rosas consideran que el papel couche es el más apropiado para una revista.

*4. Hipótesis del objetivo particular D.*

d.1. Los habitantes de Juventino Rosas creen que una revista debe ser editada y distribuida por lo menos cada mes.

d.2. un 70% de los ciudadanos estarían dispuestos a comprar la revista.

***g) realización de cuestionario de sondeo de opinión.***

Si usted quiere ver el formato del cuestionario que se aplicó, puede ver uno de los cuestionarios que se aplicaron a los habitantes de Juventino Rosas en los anexos de esta tesis.

*Preguntas del objetivo particular A.*

Preguntas de la hipótesis a.1.

a.1.1.- ¿Por qué medios se entera de la información generada en el municipio?

- a) ninguno
- b) rumores
- c) volantes
- d) otro (especificar) -----

Argumentación de la pregunta: Pregunta de introducción de cuestionario en la cual se pretende saber cuales son los medios de comunicación que funcionan en el municipio. Apoya para que el entrevistado se pueda adentrar en el tema de la investigación.

Nota: se hace del conocimiento de usted que los periódicos no se incluyen en esta pregunta dado que en estos medios de comunicación aparecen noticias del municipio una vez cada mes al menos de que realmente suceda algo importante y que sea del interés de otras ciudades, y el objetivo que se busca es que las personas se enteren de lo que pasa en su municipio marcando los eventos de mayor relevancia hasta los que no tienen gran valor, no nada mas cuando se trate de noticias sumamente relevante.

a.1.2.- ¿Por qué medio prefiere o preferiría enterarse de lo que pasa en el municipio?

- a) ninguno
- b) rumores
- c) volantes
- d) revista
- e) otro (especificar) -----

Argumentación de la pregunta: pregunta de opción múltiple que pretende corroborar la hipótesis a.1. En la cual se afirma que los habitantes de Juventino Rosas consideran necesaria la existencia de una revista en el municipio. En esta pregunta ellos decidirán si prefieren o no informarse de lo que pasa en el municipio a través de una revista.

Nota: si el encuestado contesta cualquier otra opción que no sea la E (revista interna) se da por terminada la encuesta y se le agradece a nuestro participante.

Pregunta de la hipótesis a.2.

a.2.1.- ¿Qué función cree que cumpla una revista en el municipio de Juventino Rosas?

- a) entretener
- b) medio de expresión
- c) fuente de información
- d) otro (especificar) -----

Argumentación de la pregunta: pregunta de opción múltiple que pretende comprobar la hipótesis a.2. en la cual se afirma que una revista sería aceptada porque cumpliría con la función de ser fuente de información.

A.3.1.- ¿si existiera una revista en Juventino Rosas, de que manera puedes ayudar a su realización?

- a) tomando fotografías
- b) escribiendo al buzón de opiniones
- c) promoviéndola y vendiéndola
- d) escribiendo notas y artículos
- e) comprándola
- f) otro (especificar) -----

Argumentación: cuestionamiento de opción múltiple que pretende aceptar o denegar la hipótesis a.3. En la que los ciudadanos de Juventino Rosas apoyarían a una revista comprándola.

Además responde a la hipótesis d.2 y d.3 en las cuales se mide el porcentaje de personas que estarían dispuestos a comprar una revista para el municipio.

*Preguntas del objetivo particular B.*

Preguntas de la hipótesis b.1.

Consigna: enumere del 1 al 7 todas las opciones dando mayor importancia a la opción que marque con el 1 y menor a la opción en donde coloque el 7.

B.1.1.- ¿Qué temas le gustaría que se publicaran en una revista para el municipio?

- a) artículos humorísticos
- b) sección deportiva
- c) ciencia y tecnología
- d) salud y belleza
- e) información interna del municipio
- f) eventos sociales
- g) buzón de expresión
- h) otro (especificar) -----

Argumentación de la pregunta: pregunta de rango que pretende responder a la hipótesis b.1. Donde se afirma que son los temas de información interna del municipio de Juventino Rosas, los que los ciudadanos consideran mas apropiados para una revista.

*Preguntas del objetivo particular C.*

Preguntas de la hipótesis c.1

c.1.1.- ¿Cuál de los siguientes tamaños es el que mas agrada en una revista para el municipio?

- a) tabloide
- b) oficio
- c) carta
- d) media carta
- e) otro (especificar) -----

Argumentación de la pregunta: pregunta de opción múltiple que pretende definir cual es el tamaño de una revista para el municipio que mayor aceptación tiene entre los ciudadanos

y así comprobar la hipótesis c.1.

Preguntas de la hipótesis c.2.

c.2.1.- ¿Qué papel considera que es el mas apropiado en una revista para el municipio?

- a) revolución o periódico
- b) couche
- c) bond
- d) cartoncillo
- e) otro (especificar) -----

Argumentación de la pregunta: cuestionamiento de opción múltiple que responde a la opción c.2 donde se afirma que el papel couche es el más apropiado para una revista en el municipio.

*Pregunta del objetivo particular D*

Pregunta de la hipótesis d.1.

d.1.1.- ¿con que periodicidad le gustaría que se distribuyera y editara una revista en el municipio?

- a) semanalmente
- b) quincenalmente
- c) mensualmente
- d) bimestralmente
- e) otro (especificar) -----

Argumentación de la pregunta: cuestionamiento de opción múltiple que pretende responder a la hipótesis d.1 y saber la periodicidad adecuada para una revista.

Pregunta de la hipótesis d.2

d.2, 3.1.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una revista para el municipio con las siguientes características: contiene información del municipio, contiene 10 páginas de papel bond tamaño carta, las cuales están a color y con publicidad?



- a) \$5
- b) \$10
- c) \$15
- d) \$20
- e) otro (especificar)

Argumentación de la pregunta: pregunta de comprobación a la pregunta a.3.1 y apoya a la respuesta de las hipótesis d.2 donde se toma un punto de referencia para fijar el precio que pagarían las personas por una revista para el municipio.

#### ***h) realización de muestreos***

Apoyada en las formulas de muestras simple casual probabilística finita al azar, se dan los siguientes factores: se propone un universo que representa la siguiente cifra: 101 700. Se implementara una confiabilidad de 90%, ante un error de +/- 8% y una probabilidad de éxito o fracaso de 75%.

#### Formula simple casual finita

$$n = \frac{P(1-P)}{C^2}$$

$$n = \frac{e^2}{C^2} + \frac{P(1-P)}{N}$$

*Datos:*

$$e = 8\% = .08$$

$$c = 90\% = 1.64$$

$$N = 101\ 700$$

$$P = 75\% = .75$$

$$n = \frac{.75 (1 - .75)}{(.08) (.08) + .75 (1 - .75)} = \frac{.1875}{.0064 + .1875} = \frac{.1875}{.1939} = 96.70$$

$$n = \frac{.75 (.25)}{.0064 + .75 (.25)} = \frac{.1875}{.0064 + .1875} = \frac{.1875}{.1939} = 96.70$$

$$n = \frac{.1875}{.00237953 + .1875} = \frac{.1875}{.1900} = 98.70$$

$$n = \frac{.1875}{.002379553 + .00000184} = \frac{.1875}{.002381393} = 78.70$$

$$n = \frac{.1875}{.0023813} = 78.70$$

$$n = 79$$

*Corrección*

$$n = \frac{n}{1 + n} = \frac{79}{1 + 79} = \frac{79}{80} = 0.9875$$

$$n = \frac{79}{1 + 79} = \frac{79}{80} = 0.9875$$

$$n = \frac{79}{1 + .0007768} =$$

$$n = \frac{79}{1.0007768} =$$

$$n = 78.93$$

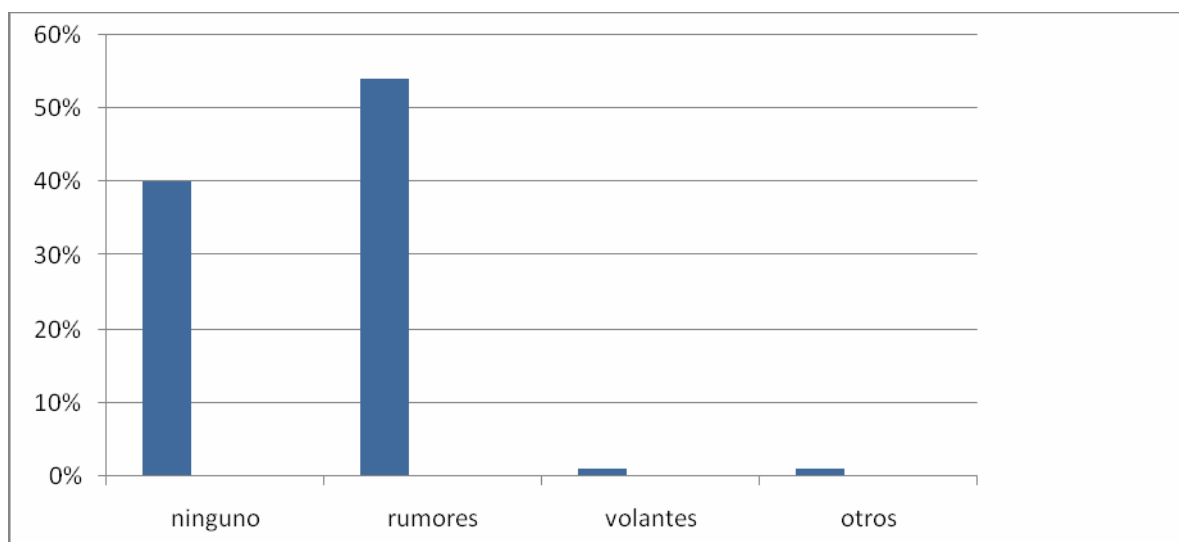
El número de encuestas que se realizaron a la muestra finita de los habitantes de Juventino Rosas fue **79** encuestas aplicadas al azar.

### ***i) interpretación de resultados y gráficas***

Pregunta 1

1.- ¿Por qué medios se entera de la información generada en el municipio?

- a) ninguno
- b) rumores
- c) volantes
- d) otro (especificar) -----



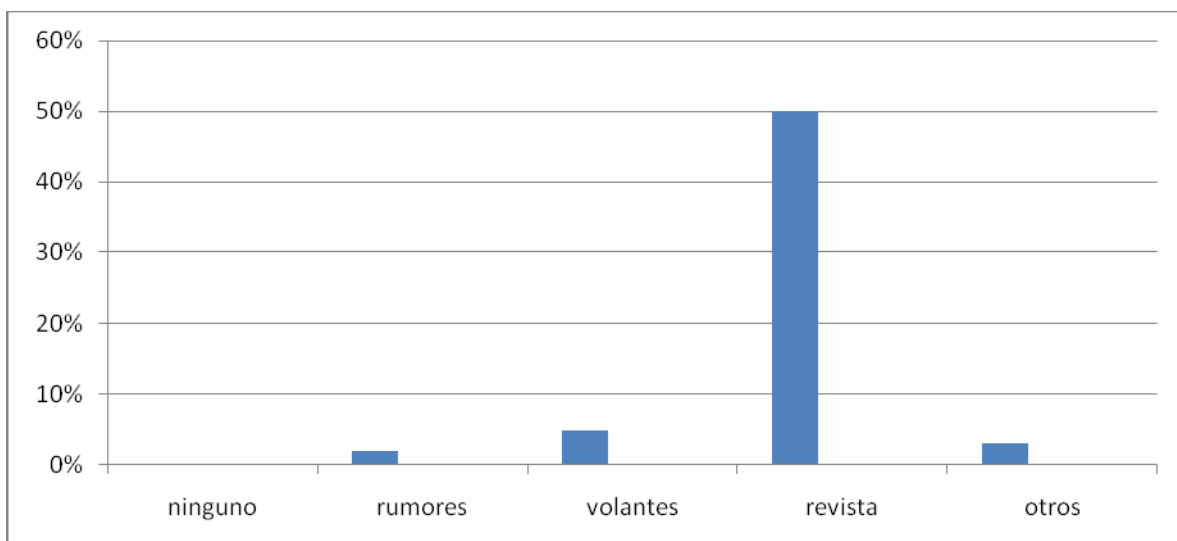
Como podemos analizar en el municipio de Juventino Rosas existe un gran porcentaje de personas que aseguran que se enteran de la información en el municipio a través de los rumores, esto en un porcentaje del 54%, por otro lado, con un 40% los encuestados afirmaron que no se enteran a través de ningún medio, en menor escala y con un 1% fueron los que eligieron la opción C que se refería a enterarse a través de volantes y por ultimo también con un porcentaje de 1% los habitantes de Juventino Rosas eligieron la opción de otro y entre esta opción se encontraba en mayoría los comentarios.

De esta forma es como podemos interpretar que los habitantes del municipio solo reconocen como medio de comunicación formal a los volantes y que existe una gran cantidad de estos habitantes que se enteran de lo que pasa en su ciudad por rumores, lo que puede causar deformación y mal manejo de la información.

#### Pregunta 2

2.- ¿Por qué medio prefiere o preferiría enterarse de lo que pasa en el municipio?

- a) ninguno
- b) rumores
- c) volantes
- d) revista
- e) otro (especificar) -----



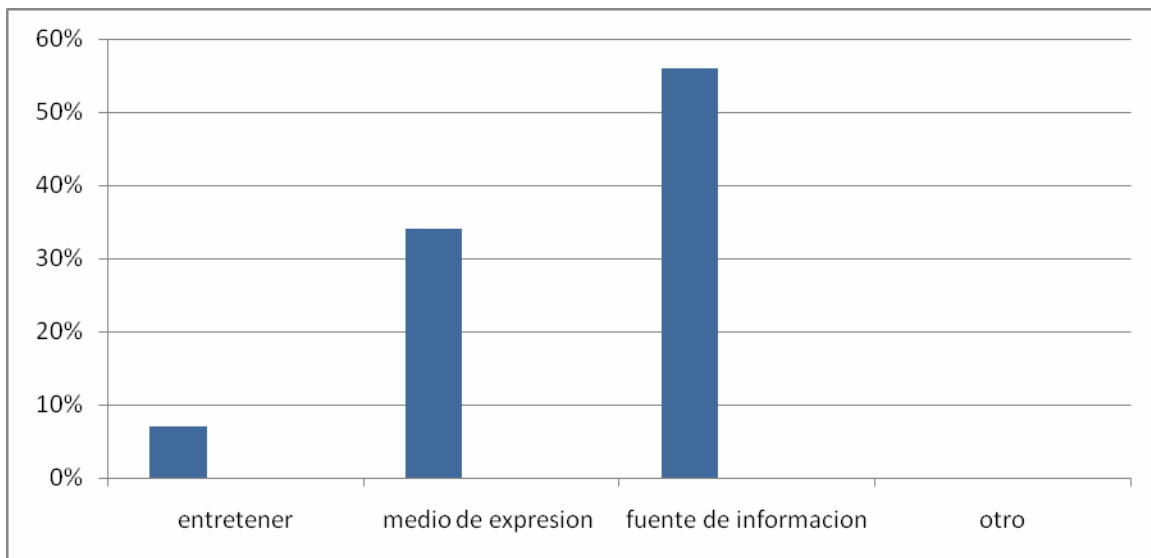
En el caso de esta pregunta se decidió que si la persona entrevistada no contestaba a la opción "E" revista, el cuestionario se daba por finalizado en este caso un 50 % de los entrevistados contestaron que les gustaría enterarse de lo que pasa en el municipio a través de una revista, en un porcentaje de 5% consideraron que la existencia de volantes es suficiente para informar sobre los acontecimientos que pasan en Juventino Rosas , con un 3% se encontró la opción otros en donde destacaron la información personal (Escucharlo de la voz del presidente o de alguien con autoridad), con un 2% se encontró la opción de rumores y en el caso de ninguno no tuvieron ningún voto a favor por lo que se descartan de la interpretación.

Con un 50% los entrevistados destacan la importancia de contar con una revista en el municipio, comprobando la hipótesis a.1 en la cual se afirma que las personas consideran necesaria la existencia de una revista.

### Pregunta 3

3- ¿Qué función cree que cumpla una revista en el municipio de Juventino Rosas?

- a) entretener
- b) medio de expresión
- c) fuente de información
- d) otro (especificar) -----



En esta pregunta nos encontramos con que una gran mayoría de los entrevistados ven a una revista como una fuente de información con un 56%, mientras que un 34% consideran que su función es de medio de expresión, en menor porcentaje 7% los entrevistados consideraron que la función de una revista es entretener y con un 0% los encuestados respondieron la opción otro.

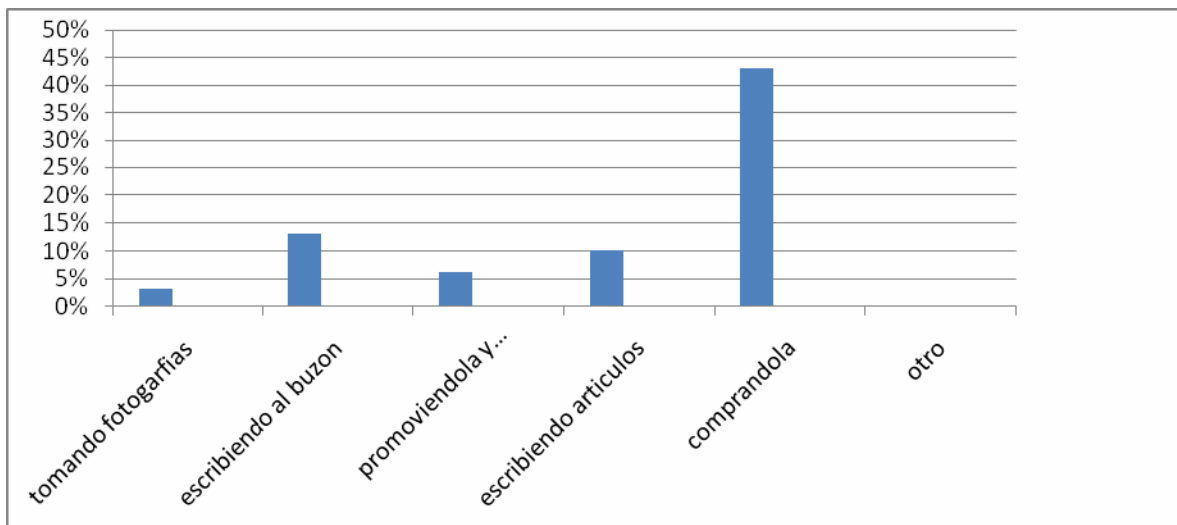
De esta forma queda comprobada la respuesta a la pregunta anterior en donde se decía que los habitantes del municipio prefieren estar informados a través de una revista.

La hipótesis a.2 queda comprobada pues es cierto que la mayoría de los encuestados consideran que la función de una revista es informar.

#### Pregunta 4

4.- ¿si existiera una revista en Juventino Rosas, de que manera puedes ayudar a su realización?

- a) tomando fotografías
- b) escribiendo al buzón de opiniones
- c) promoviéndola y vendiéndola
- d) escribiendo notas y artículos
- e) comprándola
- f) otro (especificar) -----



La respuesta a esta pregunta fue que un 43% de los encuestados contestaron que apoyarían al proyecto de realización de una revista comprándola, un 13% dijo que preferiría escribir al buzón de opiniones, con un 10% se encuentra la opción de escribir artículos, en un porcentaje del 6% se encontró la opción de promoviendo y vendiéndola, con un porcentaje de 3% quedo la opción de tomar fotografías y por ultimo queda la opción otros la cual no tuvo votos y se quedo en 0%.

La hipótesis a.3 queda aceptada, pues en mayor porcentaje los habitantes de Juventino Rosas apoyarían un proyecto de revista comprándola, mas sin embargo el porcentaje de compradores se reduce al tomar en cuenta las personas que fueron eliminadas en el cuestionario en la pregunta 2.

#### Pregunta 5

Enumere del 1 al 7 todas las opciones dando mayor importancia a la opción que marque con el 1 y menor a la opción en donde coloque el 7.

5.- ¿Qué temas le gustaría que se publicaran en una revista para el municipio?

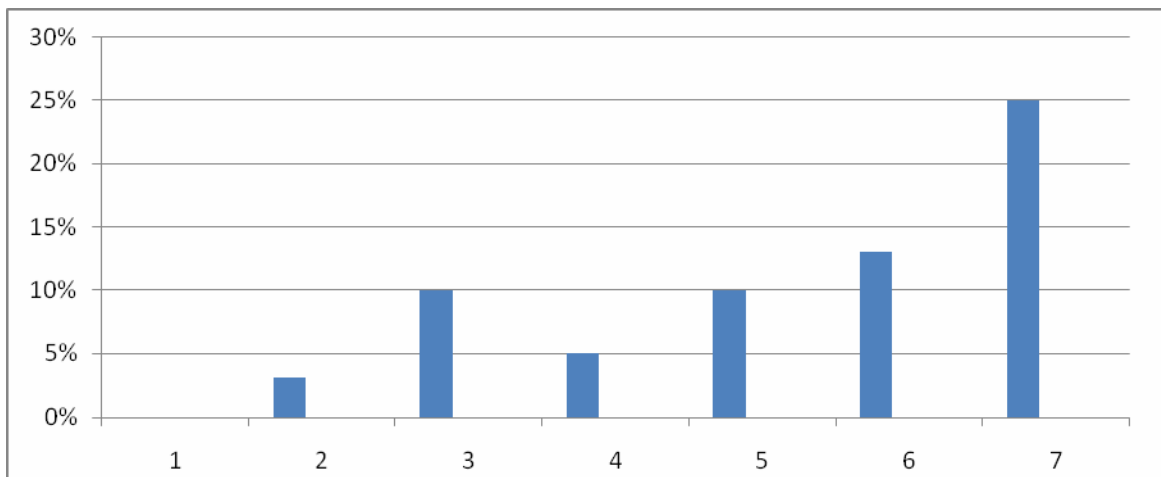
- a) artículos humorísticos
- b) sección deportiva

- c) ciencia y tecnología
- d) salud y belleza
- e) información interna del municipio
- f) eventos sociales
- g) buzón de expresión
- h) otro (especificar) -----

En este caso la forma de interpretar las respuestas es haciendo una grafica por cada una de las opciones que se presentan como la respuesta en la encuesta, poniendo el porcentaje de cada una de las calificaciones que va del 1 al 7 y según el encuestado haya considerado, para así sacar un promedio de calificación según la opción y poder con esto determinar cual es la importancia del tema al incluirlo en una publicación de la revista.

Debo recordar que la calificación 1 es la de mayor valor y así sucesivamente hasta llegar a la opción 7 que en este caso es la de menor importancia.

*Opción a: artículos humorísticos*

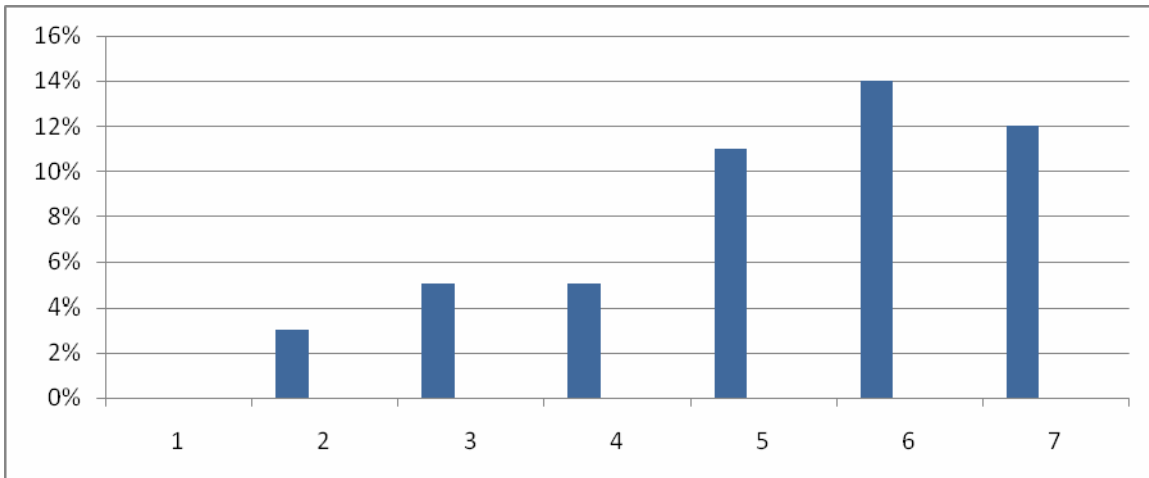


En el caso de los artículos humorísticos podemos decir que su calificación 7 fue la que mayor porcentaje tuvo con un 25%, seguida por una calificación 6 de 13% y después de 5 y 3 con un porcentaje de 10%, por lo cual aseguramos que de introducir artículos humorísticos dentro de la revista los habitantes de Juventino Rosas han opinado que este



debe ocupar el ultimo lugar.

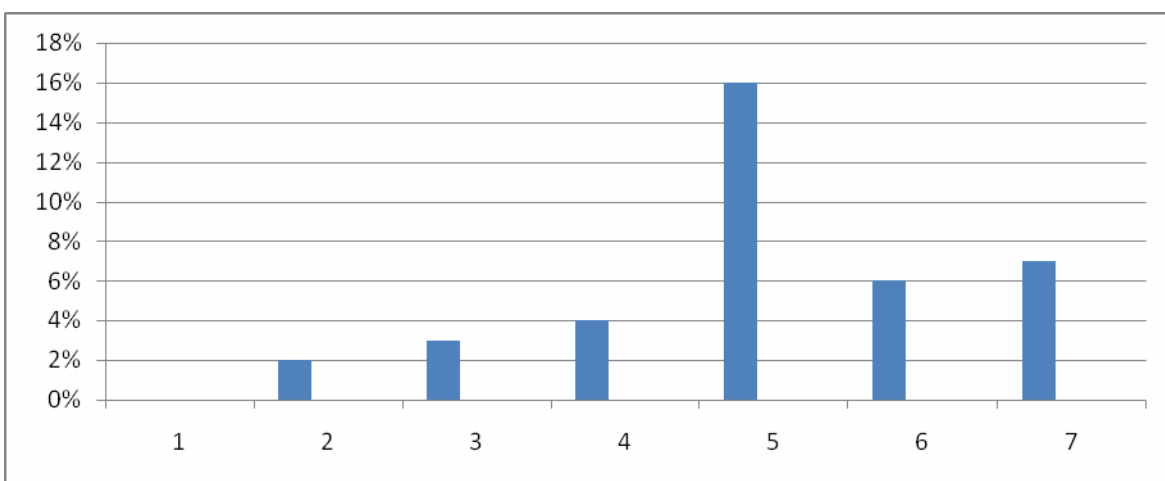
*Opción b: Sección deportiva*



En la sección deportiva las mayores calificaciones fue la 6 que obtuvo un 14%, seguida por la calificación 7 con un 12%, mientras que las calificaciones 5, 4 y 3 obtuvieron un 11% y 5% respectivamente, mientras que la calificación 2 se quedo con 3%.

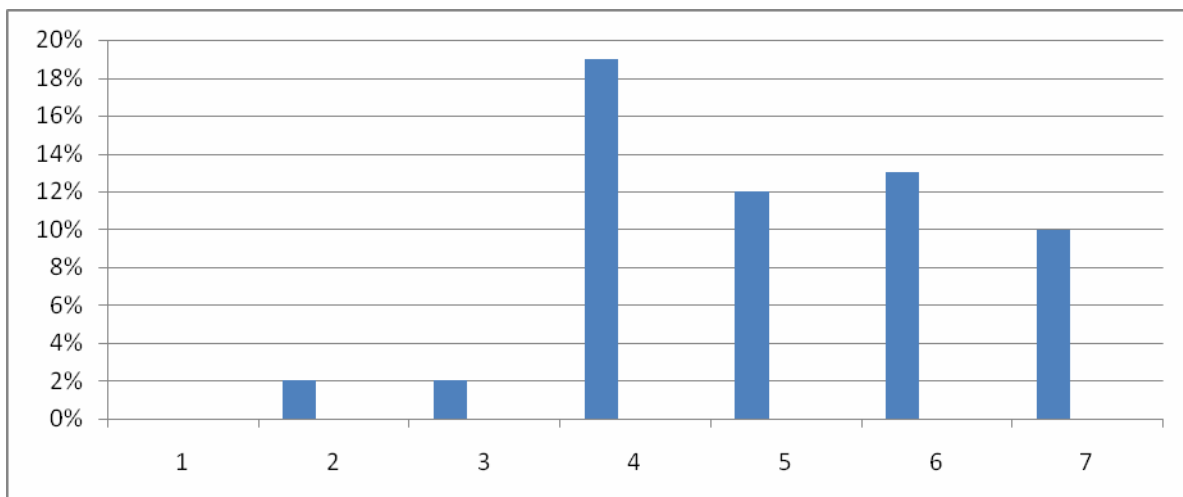
De esta forma podemos decir que los habitantes de Juventino Rosas consideran que una revista debe contener información deportiva pero esta debe ser en forma moderada y de apoyo para la revista, es decir tomándola como una pequeña sección dentro de la misma.

*Opción c: ciencia y tecnología*



En el caso de la opción c fue calificada con el número 5 que equivale a un 16%, lo que nos marca claramente que los habitantes del municipio lo consideran mas o menos importante para incluirlo en una revista, seguida de la calificación 7 con un 7%, después llega la opción 6 con un 6%, la opción 6, 3 y 2 cuentan con un 5%, 3%, y 2% respectivamente. La opción uno se queda en 0% y por eso no es tomada en cuenta.

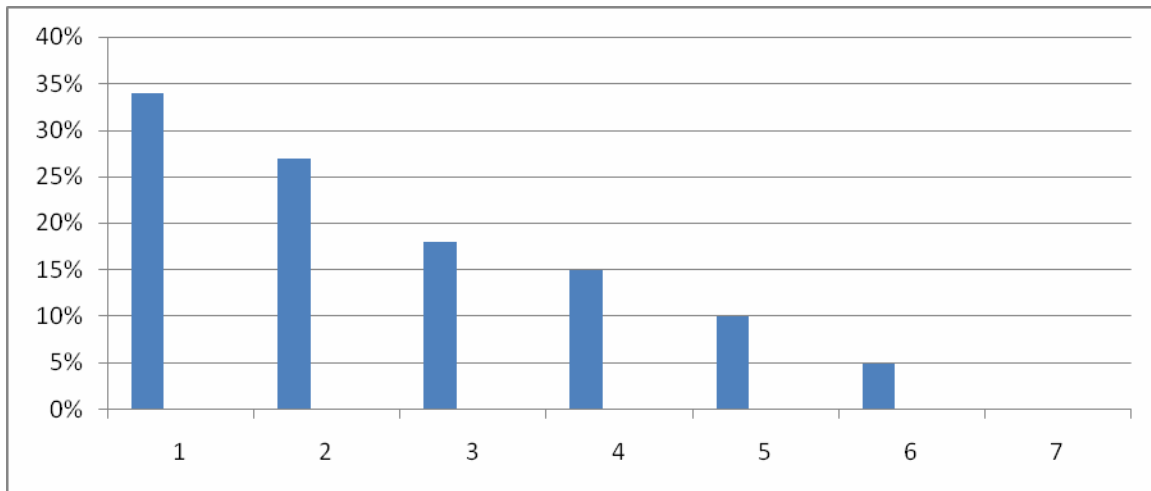
*Opción d: salud y belleza*



La opción d fue calificada con el número 4 que equivale a un 19%, lo que nos muestra claramente que la salud y belleza es un tema que cuenta con cierta importancia para integrarlo en la revista, le sigue la calificación de 6 con un 13%, 6 con un 12%, 7 con un 10%, que son las calificaciones que tienen mayor importancia. Mientras que la calificación 2 y 3 se ubican con un 2% en la lista de posiciones.

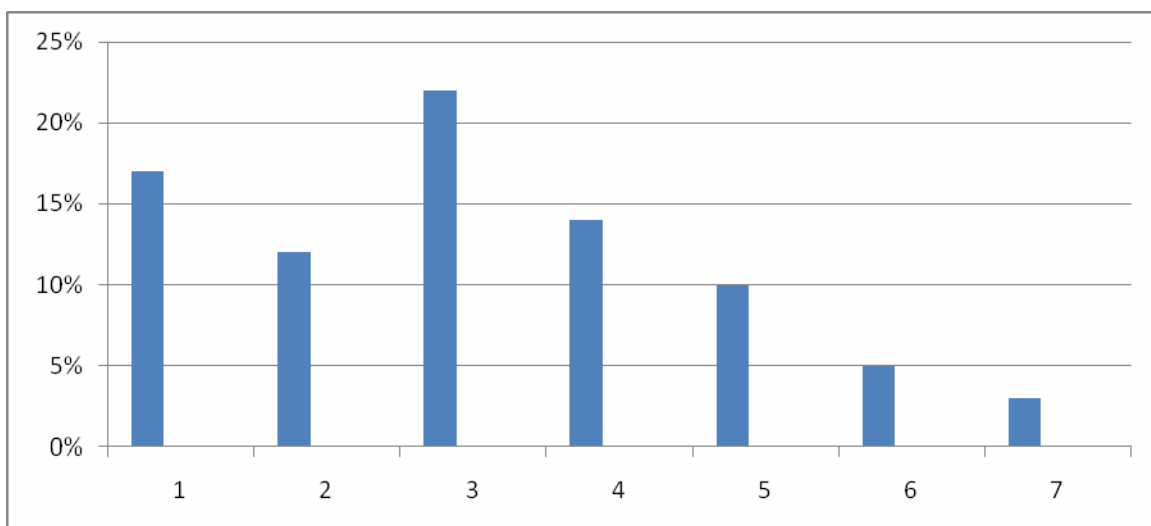
*Opción f: información interna del municipio*

Esta opción pretende responder a la hipótesis **b.1.** que afirma que la información interna del municipio es la que mas les interesa a los habitantes de Juventino Rosas.



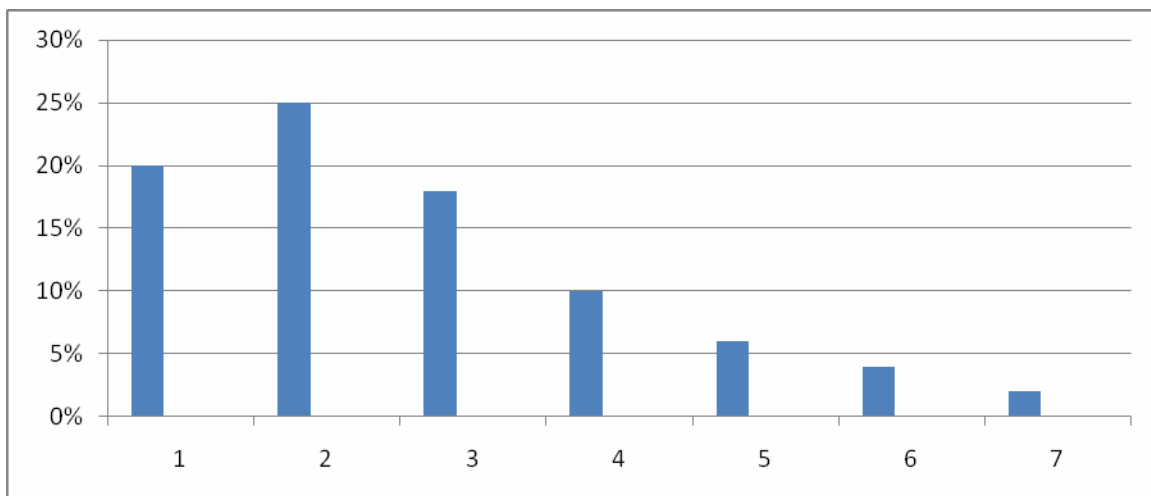
En este caso la hipótesis queda afirmada ya que opción que obtuvo la calificación mas alta fue la de información interna en el municipio que comprueba que esta opción es la mas importante, le sigue la calificación 2 con un 27%, la 3 con un 18%, y así en orden descendente el numero 4, 5 y 6 con un 15%, 10% y 5% respectivamente.

*Opción g: eventos sociales*



En esta respuesta las calificaciones fueron algo variadas pero favorables, pues las calificaciones 3, 1 y 2 fueron los incisos a los cuales los entrevistados mas hicieron mención con un 22%,17% y 14% respectivamente, por lo que podemos decir que esta es una interesante alternativa de artículos para que los habitantes de Juventino Rosas se interesen por leer una revista para el municipio.

#### Opción h: Buzón de expresión



En la opción h la grafica nos muestra que es aceptada y que deberá ocupar un lugar muy importante en la publicación, además nos corrobora la conclusión de que los habitantes de Juventino Rosas ven a una revista como una fuente de expresión no olvidando que en primer lugar la función de esta deberá de ser la de fuente de información.

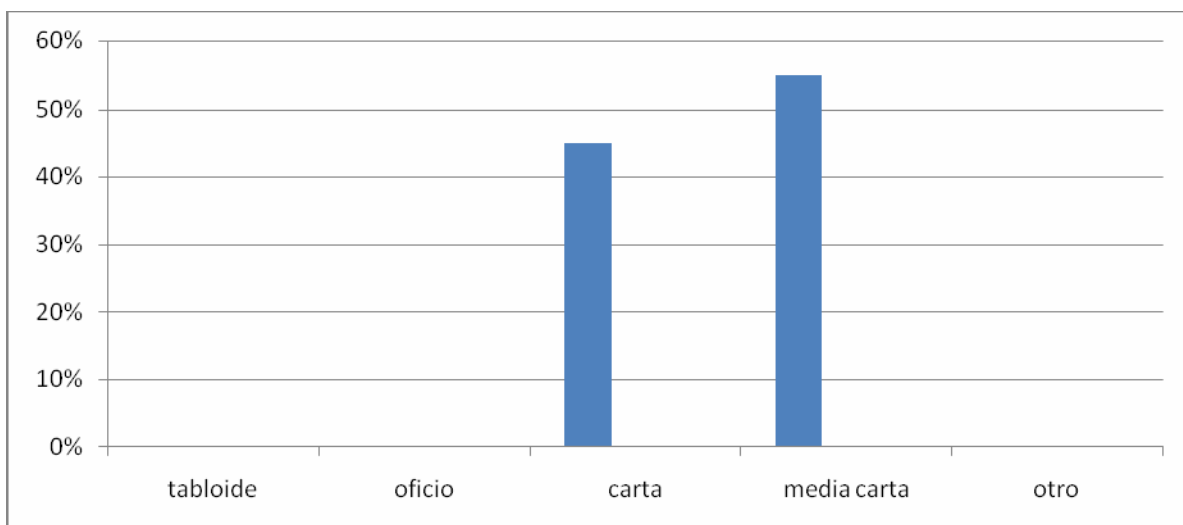
Los porcentajes de calificación de la opción h son los siguientes: la calificación 3 con un 22% de las respuestas , la 1 con un 17%, la 2 con un 12%, mientras que la calificación 4, 5 y 6 , ocupan un 14%, 10% y 5% respectivamente, quedando la calificación 7 con un 3%.

Nota: la opción de otros no tuvo ningún voto por eso no es considerada en esta codificación de datos.

### Pregunta 6

6.- ¿Cuál de los siguientes tamaños es el que mas agrada en una revista para el municipio?

- a) tabloide
- b) oficio
- c) carta
- d) media carta
- e) otro (especificar) -----



Con las respuestas obtenidas se niega la hipótesis **c.1** en la que se afirma que es el tamaño carta el de mayor preferencia entre los habitantes del municipio, pues vemos en la grafica la opción media carta la cual tuvo un porcentaje de 55% superando el 45% de la opción carta.

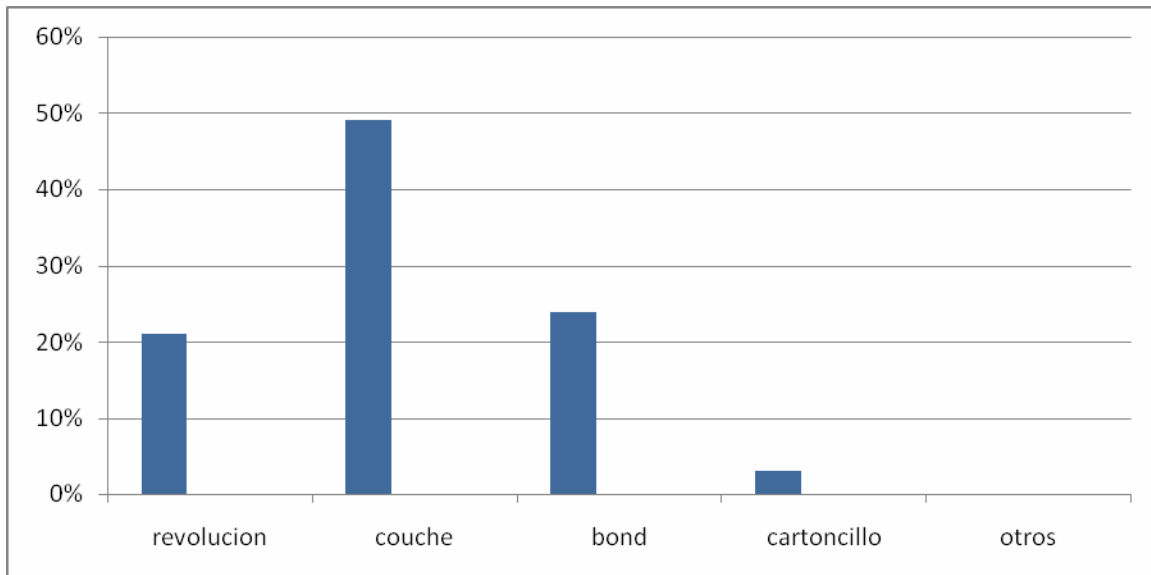
Además todas las demás opciones quedaron descartadas pues quedaron con un 0% en todos los casos.

### Pregunta 7

7.- ¿Qué papel considera que es el más apropiado en una revista para el municipio?

- a) revolución o periódico

- b) couche
- c) bond
- d) cartoncillo
- e) otro (especificar) -----

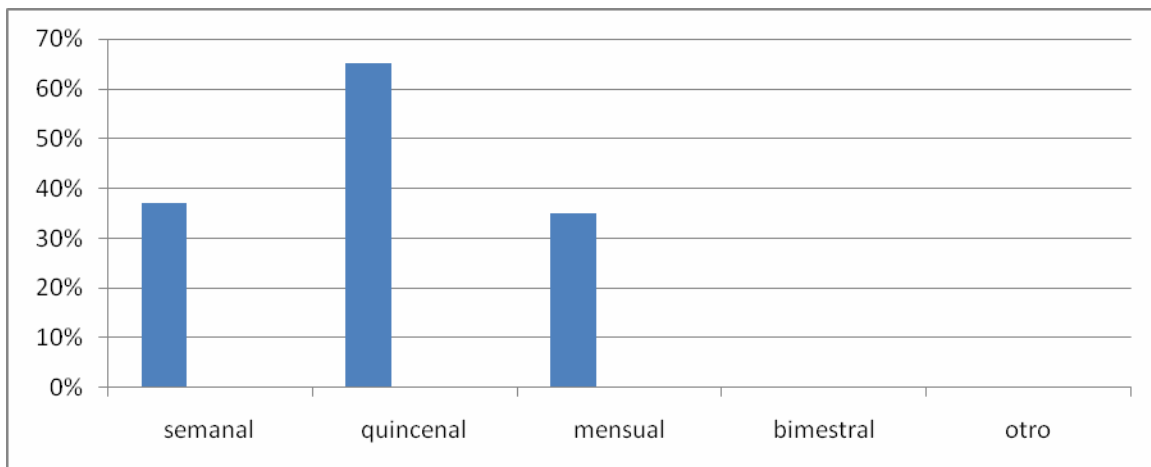


Con esta pregunta queda reafirmada la hipótesis **c.2** en la cual se afirma que el papel couche es el de mayor preferencia entre los habitantes de Juventino Rosas para utilizarlo en una revista, en este caso el porcentaje que obtuvo esta opción fue de 49% de las preferencias, mientras que el papel bond tuvo un 24% y el papel revolución un 21%. La opción que representa el papel cartoncillo fue apoyado solamente con un 3% y la opción otros se quedó con un 0%.

#### Pregunta 8

8.- ¿Con que periodicidad le gustaría que se distribuyera y editara una revista en el municipio?

- a) semanalmente
- b) quincenalmente
- c) mensualmente
- d) bimestralmente
- e) otro (especificar) -----



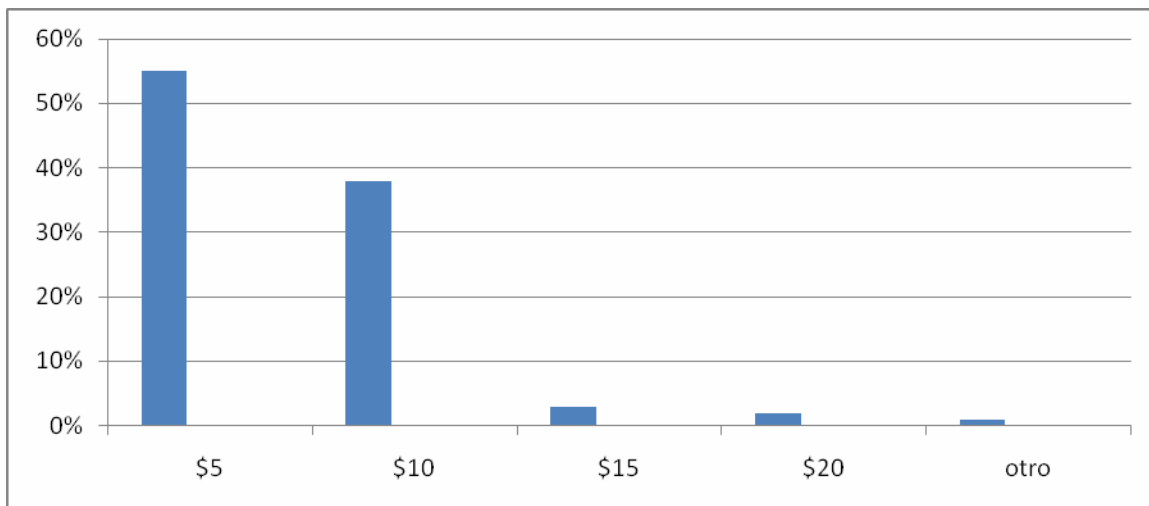
La pregunta 8 muestra que un 65% de los habitantes de Juventino Rosas les gustaría que la revista fuera distribuida por lo menos cada quince días con un porcentaje a favor del 65% y en segundo lugar se encuentra la opción semanalmente con un 37%, siguiéndole la opción mensualmente con un 35%, las demás opciones se quedaron con un 0%.

Esto tiene que ser analizado y verificado según el presupuesto y el capital con el que cuente la publicación, pues este es un factor muy importante para la realización del proyecto.

#### Pregunta 9

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una revista para el municipio con las siguientes características: contiene información del municipio, contiene 10 páginas de papel bond tamaño carta, las cuales están a color y con publicidad?

- a) \$5
- b) \$10
- c) \$15
- d) \$20
- e) otro (especificar)



Esta pregunta comprueba la hipótesis **d.2**. En la que se afirma que un 70% de los habitantes estarían dispuestos a comprar la revista, además un 55% de ellos pagarían un aproximado de \$5, mientras que el 35% pagarían \$10. Una minoría del 3% comento pagar \$15 y otra del 2% comento pagar \$20. Un 1% de los encuestados dijeron que les gustaría informarse de los acontecimientos que pasan en su municipio a través de una revista comentaron que les gustaría que esta fuera regalada.

#### **4.2. Conclusiones del sondeo de opinión para la realización de una revista en el municipio de Juventino Rosas.**

- a) Conclusión del objetivo particular A: Interesa saber cual es el grado de aceptación y apoyo de los habitantes de Juventino Rosas ante una revista en el municipio.
- Según las respuestas de las personas encuestadas existe un porcentaje muy grande de información que fluye a través de los rumores y muy pocos conocen un medio de comunicación formal como son los volantes.
  - Respondiendo a la necesidad de que el municipio cuente con un medio de comunicación como lo es una revista un 50% de los encuestados les gustaría enterarse de lo que pasa en su municipio a través de una revista.



- Del porcentaje de los participantes que si desean una revista el 56% de los encuestados consideran que la función principal de una revista es la de servir como fuente de información para mantenerse enterado de todo lo que esta ocurriendo en su entorno.
- En el caso de los que los que apoyarían a la revista lo harían comprándola. Pero también encontramos que otros podrían escribir artículos o notas para la revista y como una variable rescatable se encuentra la creación del buzón de expresión que se dijo seria apoyado por los ciudadanos.

**Conclusión:** la creación de una revista para el municipio es considerada como afirmativa, primero por el gran flujo de información que se da a través de los rumores y porque el único medio de comunicación reconocido es el de los volantes.

Además los porcentajes de las respuestas que dieron los habitantes del municipio que si estaban de acuerdo en que fuera una revista la que les comunicara lo que pasa en su municipio y los porcentajes que dijeron que apoyarían este proyecto comprándola sugiere que la propuesta es factible.

La función que cumpliría una revista en el municipio seria sin duda la de fuente de información de lo que ocurre en el mismo.

- b)** Conclusión del objetivo particular B: interesa saber cuales son los temas y las secciones de mayor interés de los habitantes del municipio de Santa Cruz de Juventino Rosas para que sean publicados en una revista.

Para ello es importante señalar los temas que fueron votados mayoritariamente por los encuestados y que serán recomendados para ocupar la mayor parte del cuerpo de la publicación.

- 1.- Información interna del municipio.
- 2.-Buzon de expresión
- 3.- Eventos sociales
- 4.-Salud y belleza
- 5.-Ciencia y tecnología
- 6.-Eventos Deportivos
- 7.-Articulos humorísticos.

De esta forma podemos considerar una opción para jerarquizar como deberán ir los temas en la revista.

- c)** Conclusión del objetivo particular C: interesa conocer y definir el tamaño y el formato el cual deberá llevar una revista para el municipio de Juventino Rosas.

Para responder a este interés debemos de tener siempre en cuenta que la realización de una revista para el municipio de Juventino Rosas y la calidad del proyecto irá de la mano en función del capital con el que cuenten las personas que trabajen para que esta se lleve a cabo.

A codificación de las respuestas otorgadas por los encuestados el tamaño de revista mas aceptado para los habitantes de Juventino Rosas es el tamaño media carta y el tipo de papel preferido es el Bond. Pero recordemos que como se dijo anteriormente esto dependerá del capital con el que se cuente.

- d)** Conclusión del objetivo particular D: interesa saber cual es la periodicidad y el tiraje que debe tener una revista en el municipio de Juventino Rosas.

Se propone que la periodicidad para una revista en el municipio sea quincenal y que de preferencia tenga un precio de \$15 pesos, aunque también se busca la posibilidad de que pudiera llegar a ser regalada.

Se piensa en esto mientras la revista empieza a posicionarse en el mercado quizá en un futuro podría aumentar la calidad y con ello también el precio.

## **CAPÍTULO V**

### **LA REALIZACIÓN DE UNA REVISTA EN EL MUNICIPIO DE SANTA CRUZ DE JUVENTINO ROSAS.**

### 5.1 Formatos básicos de encuadernación, formato y alzado para la realización de una revista en Juventino Rosas.

La prensa: periódicos y revistas son medios impresos masivos por excelencia, también, hay otros expuestos a toda clase de públicos y cuyo poder publicitario es probadamente eficaz.

Es por ello que sería insensato asegurar que entre los periódicos y las revistas hay un mejor medio publicitario.

Las revistas son consideradas como un medio permanente, pues tanto sus lectores primarios como secundarios, generalmente las conservan.

En el ámbito de la comunicación las revistas juegan un papel muy importante, pues todos los públicos ven satisfechas sus necesidades personales, ya que hay revistas para todos los gustos y de diversos tópicos.

Antes de entrar de lleno en la imagen de la revista, primeramente trataremos los tipos de encuadernación que se utilizan en una revista.

#### Proceso de encuadernación

La encuadernación es el conjunto de operaciones necesarias para unir los Cuadernillos del libro o revista con una cubierta, formando un conjunto unitario de Lectura.



38

### Formatos

Existen diversos tamaños aplicados a distintos tipos de publicaciones. Hay dos modelos de medida:

- Formatos anglosajones.
- Formatos DIN<sup>39</sup>

### *Formatos anglosajones*

Los formatos anglosajones se aplican a Estados Unidos, Gran Bretaña y los países de influencia.

En EEUU las medidas más empleadas son: 127 x 187, 136 x 203, 140 x 210, 140 x 216, 143 x 213 y 156 x 235. En Gran Bretaña algunos de los formatos más empleados son: 123 x 186, 129 x 198, 189 x 246 y 237 x 312.<sup>40</sup>

### *Formatos DIN*

Los formatos DIN se emplean en el resto del mundo, especialmente en Europa.

Los tamaños DIN más utilizados son el A5 (210 x 148), A4 (297 x 210) y el A3 (420 X 297).



41

<sup>39</sup> RAUL Beltrán, **"Publicidad en medios impresos"**, 2da. Edición, ED. Trillas, Pág. 53, México.

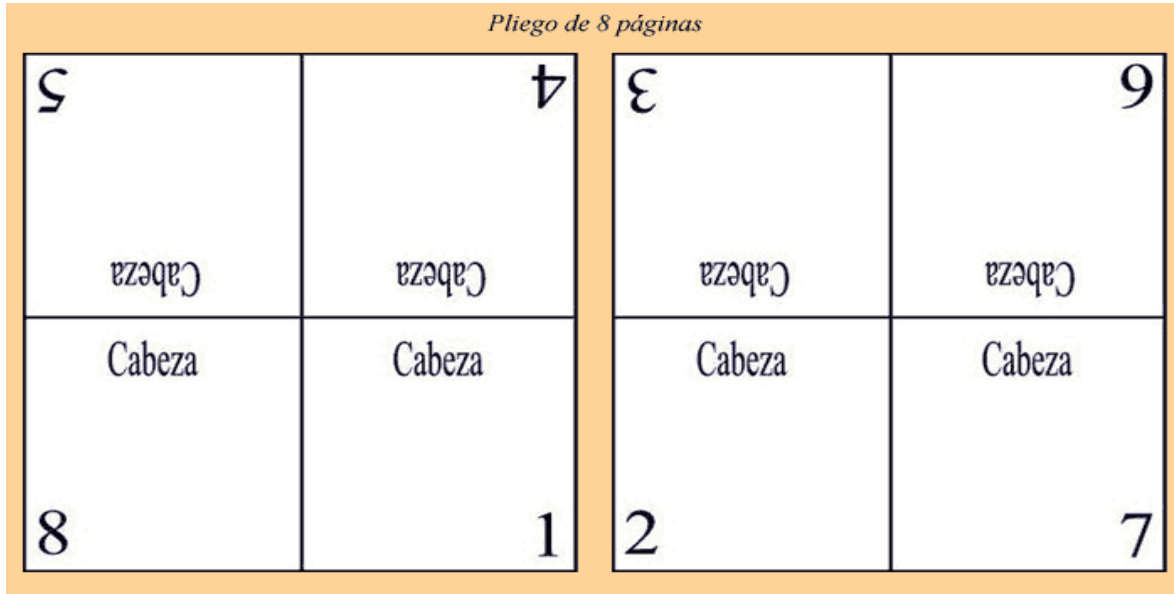
<sup>40</sup> Ídem

<sup>41</sup> Ibidem

Es también importante señalar que para una revista deben considerarse las formas de encuadernación de acuerdo a las páginas con las que se esté trabajando, el primer ejemplo de esto es las que contienen un pliego de 4 páginas, 8 páginas, 16 páginas y 32 páginas.



42



<sup>42</sup><http://www.museodelaimprenta.com.ar/encuadernacion.asp>

*Pliego de 16 páginas*

5	12	6	8	7	10	11	9
Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza
4	13	16	1	2	15	14	3
Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza

43

*Pliego de 32 páginas*

13	20	21	12	11	22	19	14
Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza
4	29	28	5	9	27	30	3
1	32	25	8	7	26	31	2
Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza
16	17	24	6	10	23	18	15
Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza	Cabeza

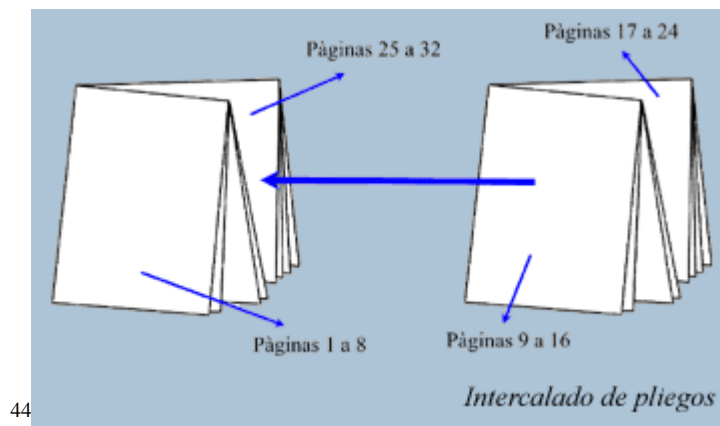
Debe señalarse que estos son los pliegos de frente y de dorso.

<sup>43</sup> ídem

## ALZADO

Consiste en armar pilas paralelas entre sí, siguiendo el foliado de cada pliego, sobre mesas redondas y giratorias, alrededor de la cual se colocan 4 ó 5 operarios que van alzando los pliegos, uno por uno.

En el caso de las revistas, los pliegos en vez de levantarse, se intercalan uno dentro de otro, en forma progresiva, inclusive la tapa. La operación se realiza en mesas especiales de 2 ó 3 metros de largo, según la cantidad de pliegos.



## **5.2. Diseño y justificación de imagotipo para una revista en el municipio de Juventino Rosas.**

Las revistas que han existido en el municipio como se menciona en el capítulo II son: CHOPPER Y LA BRUJULA.

Debido a la falta de permanencia de las mismas y a la poca relación que existe con los creadores de las revistas anteriores y a que los habitantes de Juventino Rosas no las tienen completamente identificadas como un medio de comunicación, se considera necesario elegir un nuevo nombre, además de esto se le agregó un imagotipo, pues en el

---

<sup>44</sup> Ibidem



caso de las dos antes ya mencionadas solo contaban con un logotipo y asimismo se agrego un slogan.

- 🚩 Nombre de la revista: "El violín". El porque de este nombre es debido a que muchas personas ajenas al municipio reconocen a este por dos aspectos, uno de ellos es por Juventino Rosas, compositor famoso por el vals sobre las olas y otro aspecto es por las brujas. Como en la revista *LA BRUJULA*, ya se había manejado una connotación más o menos semejante a lo que tiene que ver con brujos se opto por buscar un nombre que resultara identificable con el municipio.
- 🚩 Slogan: "La revista de los santacruzenses". Este slogan se ha considerado porque los habitantes de Juventino Rosas tengan la posibilidad de enterarse por un medio de comunicación formal de lo que pasa en su municipio, podría pensarse que los periódicos que circulan en el municipio cumplen con esa función pero debemos tomar muy en cuenta que las noticias que son publicadas en estos medios son muy esporádicas, es por ello importante que los habitantes del municipio tengan una revista en la cual puedan enterarse de cualquier evento que ocurre en el municipio desde un anuncio presidencial hasta la boda mas comentada. Además una de las funciones principales de la revista será desaparecer el rumor que en gran medida según los encuestados en el capitulo IV, es a través del cual se enteran de lo que pasa en Juventino Rosas.
- 🚩 El imagotipo que represente a este medio será el de un violín como el nombre de la revista. Más adelante se presentaran los posibles diseños a utilizar.

### Primer diseño



En el caso de este primer diseño se utiliza como imago tipo un violín con partituras. La tipografía es Papyrus en mayúsculas, tamaño 36. Tiene un texto de Word Art. Y presenta escalas de color de RGB, con cromas en rojo: 32, verde 29 y azul 28. Esto para el nombre de la revista únicamente.

Para el slogan se utiliza igualmente un texto de Word art con una letra Blackadder ITC y presenta escalas de color RGB, con cromas en rojo de 246, verde 162 y azul de 92. Además se le ha agregado una curva al texto.

Entonces en este primer diseño se busca dar un aire de formalidad y a la vez dinamismo a la revista, como puede notarse a parte de el violín se incluyen las partituras parte indispensable para que pueda aprender a tocarse dicho instrumento.

### Segundo diseño



Este es un estilo sin sangría o alineado al margen: cada línea de cada blanco comienza sin sangría y el título se encuentra centrado para que la persona fije su atención ahí, mientras que el slogan se encuentra en la parte inferior que permite no restarle importancia al nombre de la publicación. Al igual que el diseño anterior cuenta con la misma tipografía, tamaño de letra y colores utilizados.

### Tercer diseño

Aquí se cambiara el imagotipo para presentar una forma diferente en la cual se podría presentar la imagen de la revista.



En este diseño se muestra un imagotipo diferente, aquí nada mas utilizamos un violín en una escala de blanco y negro. La tipografía utilizada es en un formato de Word art con una letra Berlin Sans FB de 24 puntos. Presenta escalas de color RGB con un croma de rojo: 147, verde: 137y azul: 83, únicamente para lo que es el título, en lo referente al slogan se ha utilizado un texto en Word art con una tipografía de Bradley Hand ITC, se le a dado una forma curva, en cuanto a los colores se han utilizado en la escala de RGB con cromas en roo de: 227, verde: 198y azul: 10, posteriormente se le ha hecho una inflexión al violín ya que originalmente este se encontraba de manera horizontal. Presenta una imagen diferente al primer diseño ya que esta presenta elegancia y más estilo.

### Cuarto diseño



En este cuarto diseño se muestra el mismo violín en escala de blanco y negro pero ahora presentándolo con una inclinación hacia el lado izquierdo. El nombre de la revista se presenta en un texto de Word Art con una tipografía Mistral de 32 puntos, la escala de colores que se presentan en el mismo van en colores RGB con un croma en rojo: 85 verde: 189 y azul: 109. Para la parte del slogan también se ha utilizado un texto en el formato de Word Art, con una tipografía MS Micho de 18 puntos, la escala de colores que presenta no se han modificado del formato original que presenta el Word art, en una graduación de negro, además se ha dejado el slogan de manera horizontal para dotarle importancia. Este estilo presenta menos formalidad, con una tipografía más juvenil.

#### **Quinto diseño**



Este diseño presenta un modelo diferente en donde el violín se encuentra ubicado de manera vertical. Para el nombre de la revista se utiliza un formato del Word Art con una tipografía de Lucida Calligraphy de 32 puntos, lleva una escala de color RGB con un croma de rojo: 148, verde: 154 y azul: 52. Esto para el nombre de la revista, lo que corresponde al slogan lleva una escala de colores RGB pero con cromas en rojo: 172 verde: 161 y azul: 108. El slogan se encuentra en una fuente Haettenschweller de 16 puntos. Este estilo se presenta como formal y sofisticado muy lineal y sin dinamismo.

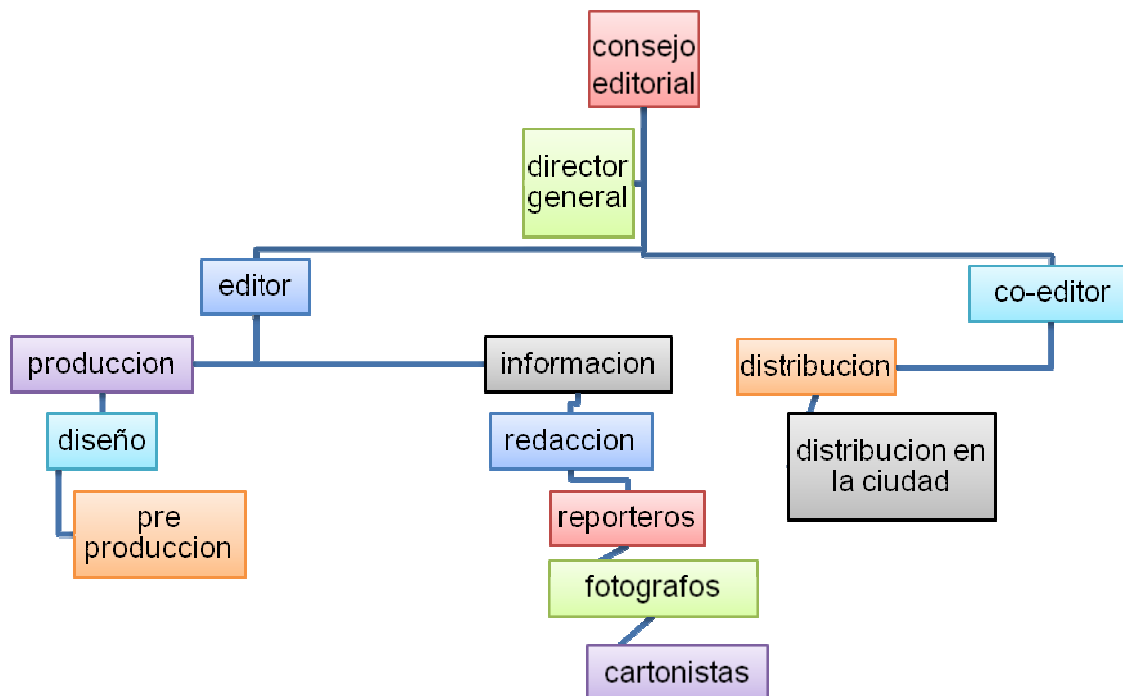
Después de haber presentado varios diseños los cuales podrían ser utilizables para la imagen de la revista se ha optado por el tercer modelo el cual representa un estilo formal, pero a la vez dinámico, y que permite que en poco tiempo el lector se vea identificado con el imago tipo y slogan. A este modelo se le ha adaptado una imagen diferente para el violín lo que se podría considerar como un tipo margen que permite que el imago tipo tenga mas realce.

**Modelo adoptado**



**5.3. La importancia de un organigrama para la revista “EL VIOLIN”**

Tomando como base que las publicaciones predecesoras al proyecto de *El violín* eran realizadas de una manera empírica, se ha propuesto que se cuente con un organigrama, el cual permitirá repartir cada una de las funciones y entonces podemos comenzar con un análisis de puestos y sus descripciones de actividades, de tal manera que entendamos como se organizan los procesos de producción, información y distribución de la misma.



*Propuesta de organigrama para la revista el violín*

- Análisis del puesto consejo editorial: el consejo editorial puede estar integrado por las altas autoridades del municipio o por las personas que están poniendo el capital para la realización de la revista. Su función será dar el visto bueno de las pruebas finales para que la revista pueda enviarse para ser maquilada. Ellos también revisan el contenido de los temas que contiene la revista y consideran si son adecuados o no.
- Análisis del puesto del director de la revista: se dedicara ha supervisar el proceso de edición y producción de la publicación. Además es el encargado de revisar que todas las actividades se lleven a cabo en los términos marcados como limite. También es el que negocia los términos en los que se llevaran a

cabo los pagos con las maquilas y es el encargado de llevar a cabo una relación entre el área laboral y el consejo editorial.

- Análisis del puesto editor: su función deberá ser coordinar, ordenar y supervisar a través de las reuniones, los trabajos que estén realizando todas las personas tanto los que colaboran escribiendo artículos pero que no pertenecen a la revista, como a todas las personas que laboran en la revista, tanto del área de información como del área de distribución.

El editor en coordinación con el co-editor, se encargará de todo el proceso de producción de la revista es decir dar el diseño, editar, llevar a cabo las pruebas finales. Además se puede encargar de recoger los ejemplares ya impresos y con los colaboradores pueden realizar las estrategias de distribución.

- Análisis del puesto co-editor: en el área de información puede participar como reportero y fotógrafo. Junto con el editor, puede encargarse del área de producción de la revista y también puede realizar la función de de editar, hacer el diseño, llevar a cabo las pruebas finales y llevarlo a la maquila. También puede encargarse de que las actividades se lleven a cabo en tiempo y forma.
- Análisis del área de producción: es el lugar donde se puede dar formato y diseño a la revista. Su función puede radicar en dar cuatro terminales operativas: diseño y compaginación (ver en qué lugar, cómo y de qué forma aparecerán las noticias y las fotografías que le darán forma a la edición), pruebas finales (imprimir las preliminares para que sean revisadas y logren la autorización), grabación (guardar todos los archivos), y maquilar en la empresa que se seleccione.
- Análisis del área de información: puede entenderse como el lugar en donde los reporteros y los fotógrafos reciban instrucciones y puedan llevar a cabo los

trabajos de recopilación de información, aparte de tomar fotografías y escanear las caricaturas que vayan a incluirse en la revista.

- Análisis del puesto reportero: después de que este reciba las instrucciones, los reporteros pueden cubrir los eventos que se les han designado o investigar sobre un tema que sea de su competencia. Una vez que hayan terminado su nota podrán transcribirla en un formato de computación que puede ser el Word, donde se habrá de revisar la ortografía y después de pasar por el editor y co-editor para revisarla.
- Análisis del puesto fotógrafo: una vez que estos reciban las instrucciones, los fotógrafos tendrán como función principal tomar las fotografías del evento el cual les ha sido encomendado y posteriormente tendrán que pasarlas a la computadora ya de ahí el editor se encargara de revisarlas y decidirá si se aceptan o no.
- Análisis del puesto cartonista: los cartonistas serán los encargados de hacer su caricatura una vez que hayan recibido las instrucciones pertinentes, las cuales deberán de ser presentadas ante el editor y co-editor para ver si se aceptan o se rechazan.
- Análisis del área de distribución: esta actividad puede realizarse desde tres ángulos y tanto el editor, co-editor y colaboradores deberán de participar en esta área. La distribución en la ciudad se realizara por medio de los colaboradores, los cuales dejaran determinado numero de ejemplares de la revista en centros de comercio importantes y de ahí las personas pueden llevárselo, en todo caso de que este sea gratuito de no ser, entonces se ubicara en los puestos de revistas y periódicos para que pueda ser comprado.



De esta forma se ha dado un organigrama y la descripción de los diferentes puestos, para que esta vez el proyecto de revista que se propone tenga una organización formal y no se realice de una manera totalmente empírica como se realizaba en las publicaciones anteriores.

#### **5.4. Propuesta de secciones fijas en la revista el violín**

Ante la variedad de temas los cuales podrían ser tratados en la revista se proponen varias secciones, las cuales contienen los temas que fueron mas votados en la encuesta realizada a los habitantes de Juventino Rosas.

Sección tu ciudad. En este apartado se tratara principalmente los temas relacionados con la ciudad, en donde podrá encontrarse información que sea proporcionada por presidencia municipal, así como entrevistas con el alcalde o con las personas con las cuales este relacionada la nota. De esta forma los habitantes de Juventino Rosas se mantendrán continuamente informados de las noticias más importantes y del momento dejando a un lado los rumores.

Sección tu espacio en esta parte se pretende que las personas escriban al buzón de la revista en donde podrán mandar cualquier comentario que puede ir desde una felicitación, hasta una queja, sugerencia o duda. Permitiendo que el lector tenga voz en el medio de expresión que ha sido designado para el. Ya que según la encuesta que se realizó en el capitulo tres se pidió que los lectores tuvieran su espacio en el buzón.

Sección lo mas in en esta sección se cubrirán todos los eventos sociales de la ciudad, dado que a las personas les fascina ver su foto en un medio impreso servirá como gancho para que muchos individuos quieran adquirir la revista, además de que ayudara a que la revista pueda mantenerse en el mercado ya que si se cobra cada evento que se cubra pueden obtenerse buenas ganancias.

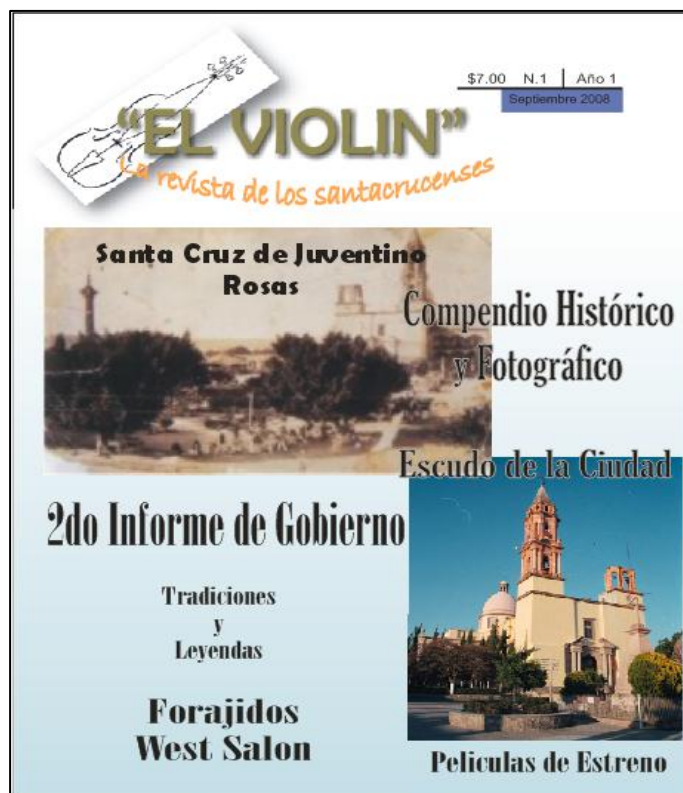
Sección en equilibrio aquí se trataran temas relacionados con belleza y salud que es otro de los temas más votados por los encuestados. Podrán encontrarse desde tips de belleza hasta remedios caseros para las enfermedades según la época del año. También se

incluirán artículos que traten problemas relacionados con la belleza y salud y además se concertaran entrevistas con especialistas que puedan hablarnos de estos temas.

Sección neo tec en esta sección se pretende incluir información referente a lo más nuevo en ciencia y tecnología. Que será de gran interés para todos aquellos lectores que gustan de lo mas nuevo en estos ámbitos se darán recomendaciones de cómo tratar los equipos en lo referente a la tecnología en el caso de la ciencia se darán notas sobre los acontecimientos mas recientes que han dejado huella en este aspecto.

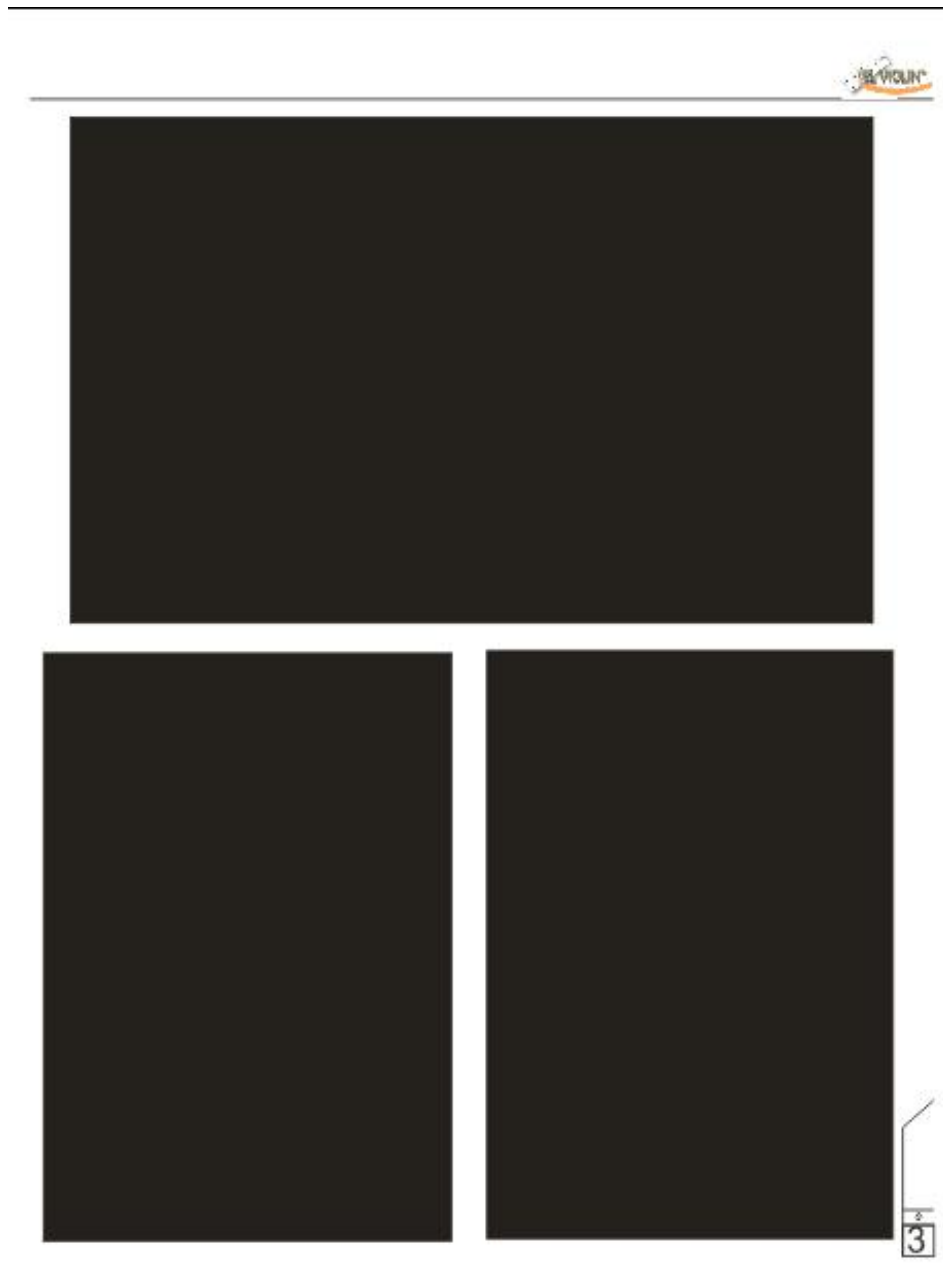
### 5.5 Domy de la revista EL VIOLIN

Primeramente se muestra la portada de la revista en su primer ejemplar, de la cual se hace una descripción: en la parte superior izquierda se ubica el nombre de la revista y su imagotipo y logotipo, en la parte superior derecha se encuentra el precio de la revista, el año y la fecha de publicación. En el fondo se presentan dos imágenes de la ciudad de Juventino Rosas una foto donde se muestra Santa Cruz hace unos ayeres y la otra de la ciudad en la actualidad. También se encuentran los artículos que se encontrarán en el interior de la revista



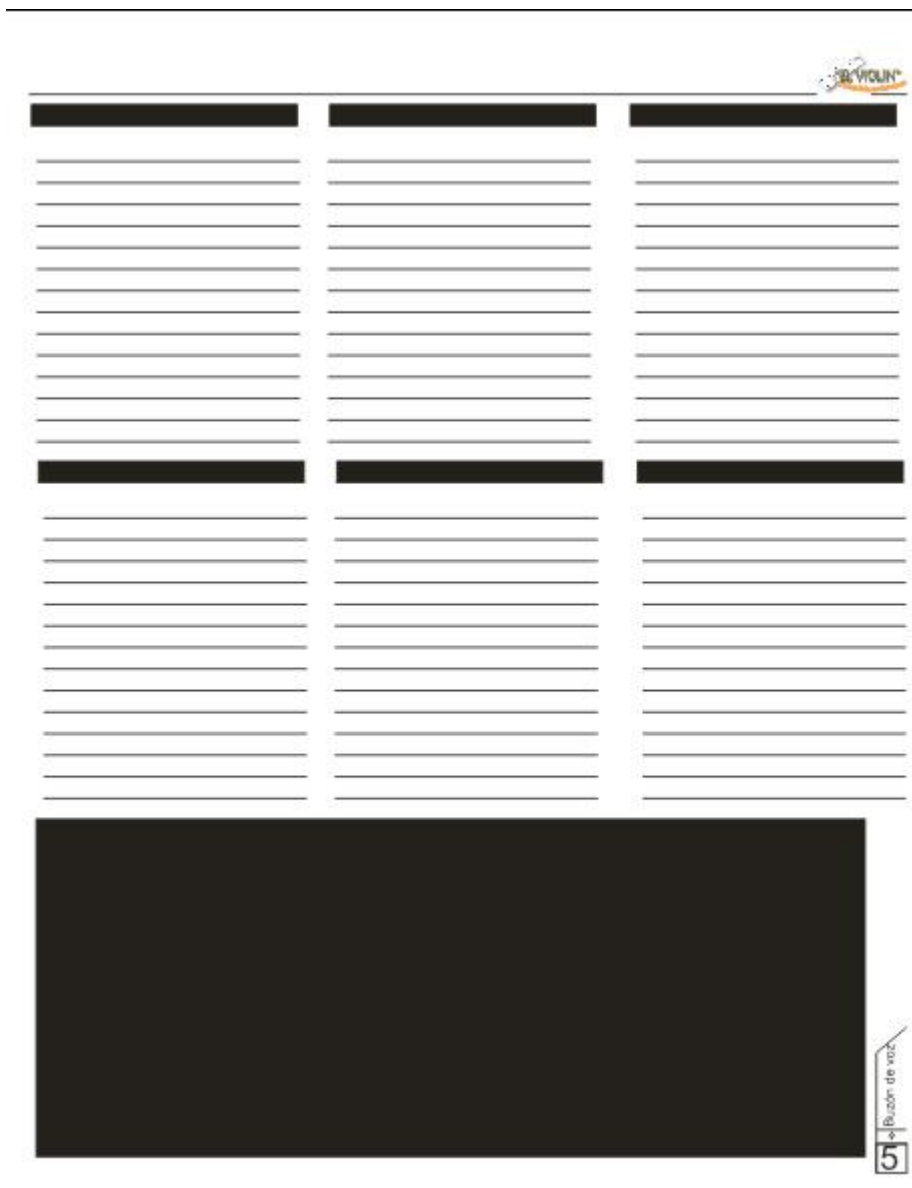


En la página 3 se muestra únicamente publicidad que está marcada por cuadros negros ya que la revista mantendrá sus gastos de lo que genere la publicidad que se exponga, y en la parte superior derecha el nombre, imago tipo y logotipo de la revista y en la parte inferior derecha el número de pagina y la información que encontramos en esta.

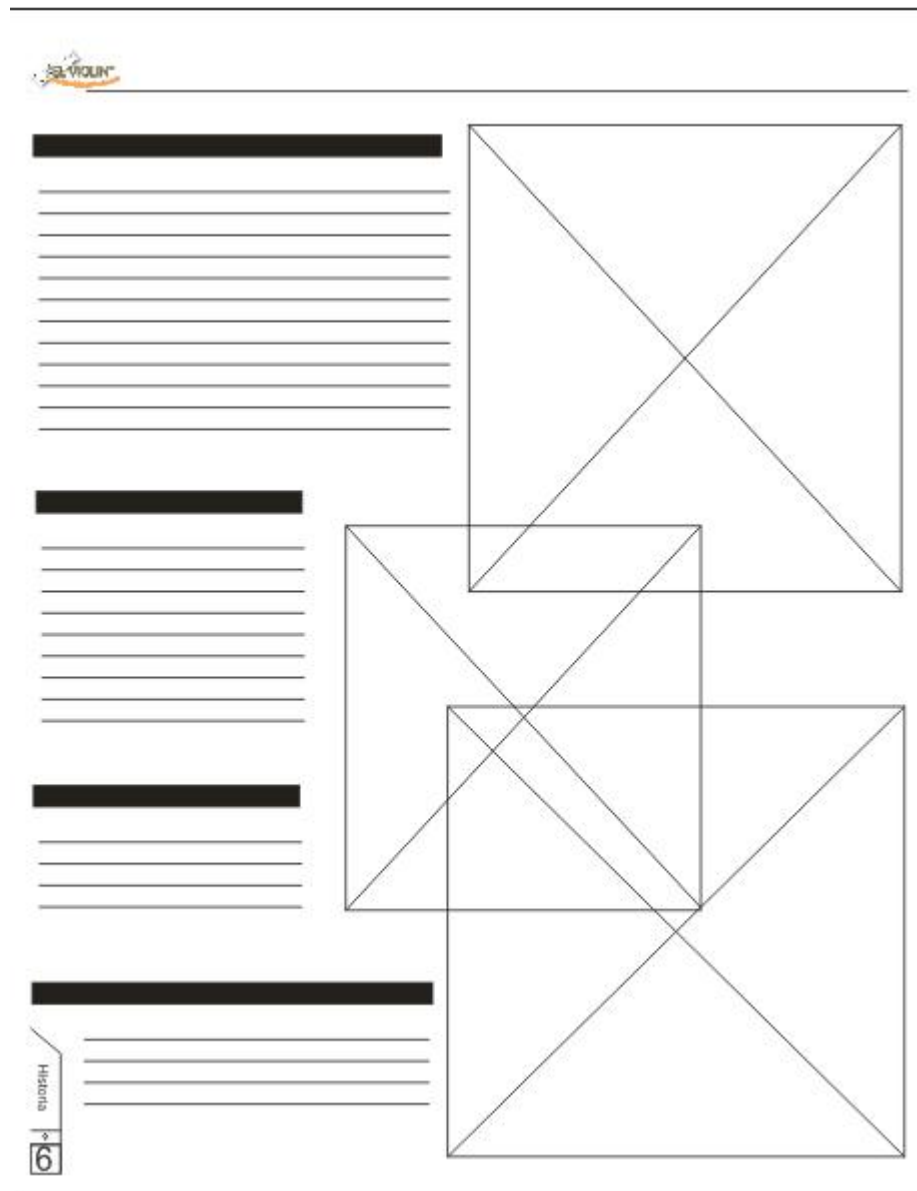




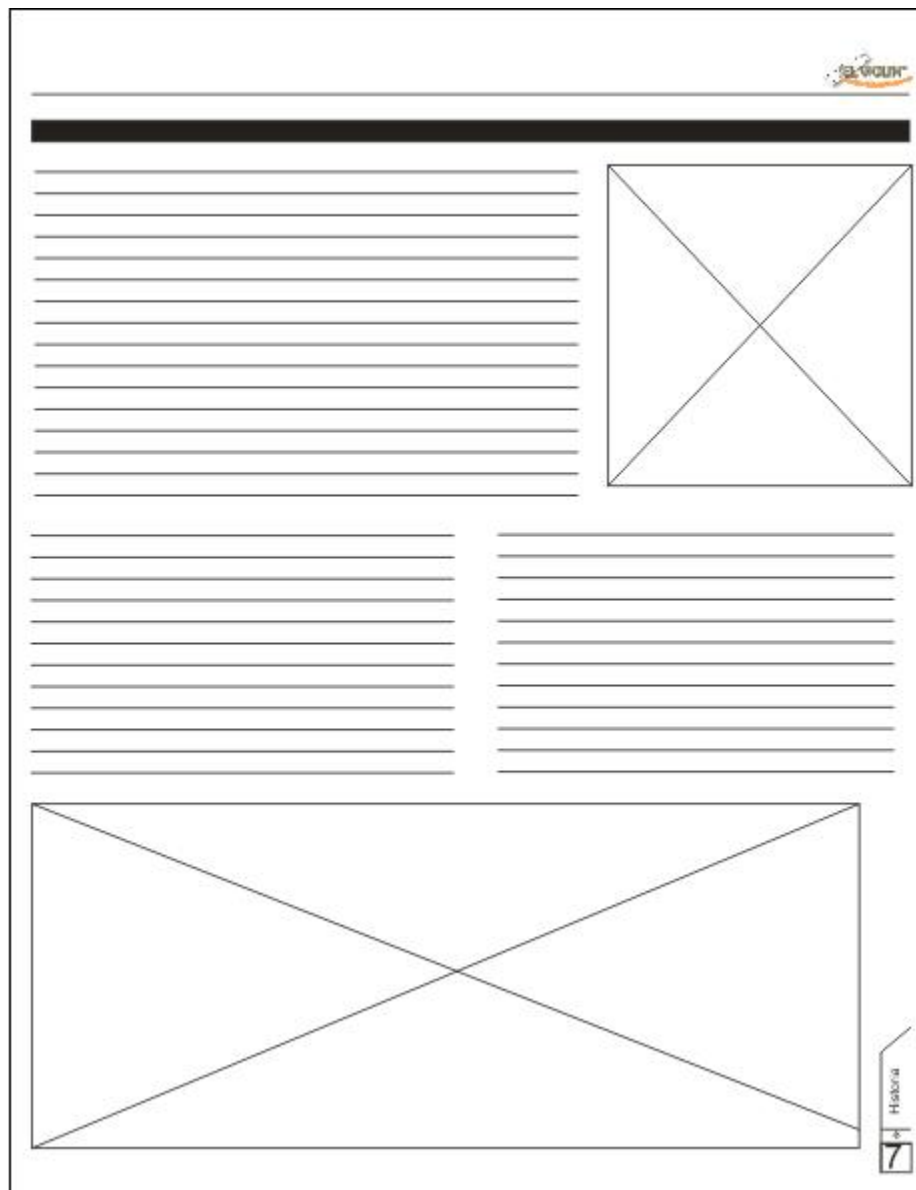
En la quinta página se muestra la continuación de la sección tu espacio y también el espacio en negro marca la publicidad, en la parte superior derecha el nombre, imago tipo y logotipo de la revista y en la inferior derecha el tema que trata esta hoja.



En la sexta página se muestra el contexto histórico del municipio donde se incluye el vocablo de la ciudad, la extensión superficial, el clima, la hidrografía y se muestran fotos de cada uno de estos apartados, las líneas negras gruesas señalan el título y las delgadas el texto, los cuadros que tienen una cruz muestran las fotos, en la parte superior izquierda se muestra el nombre, imatipito y logotipo de la revista y en la inferior izquierda el número de página y el tema que se trata en esta.



En la séptima página se presenta la arqueología del municipio y una foto que se encuentra marcada en el rectángulo con la cruz y en la parte inferior otra foto. En la parte superior derecha se coloca el nombre, imago tipo y logotipo de la revista y en la inferior derecha el número de página y la información que en ella se encuentra.

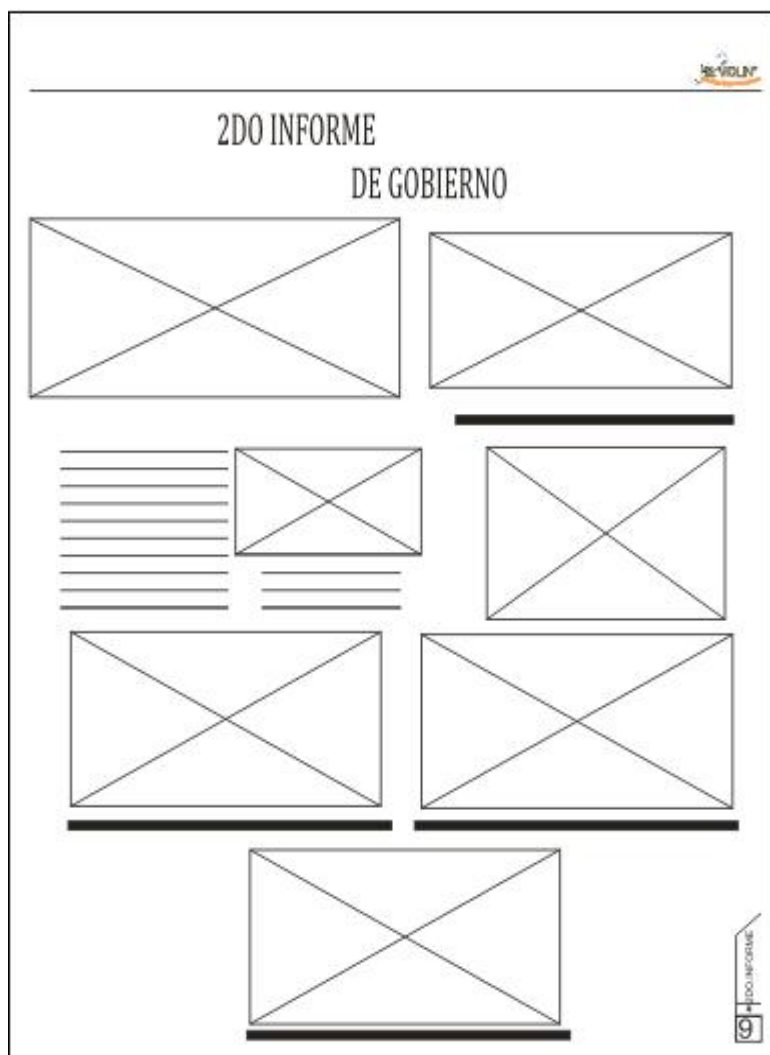




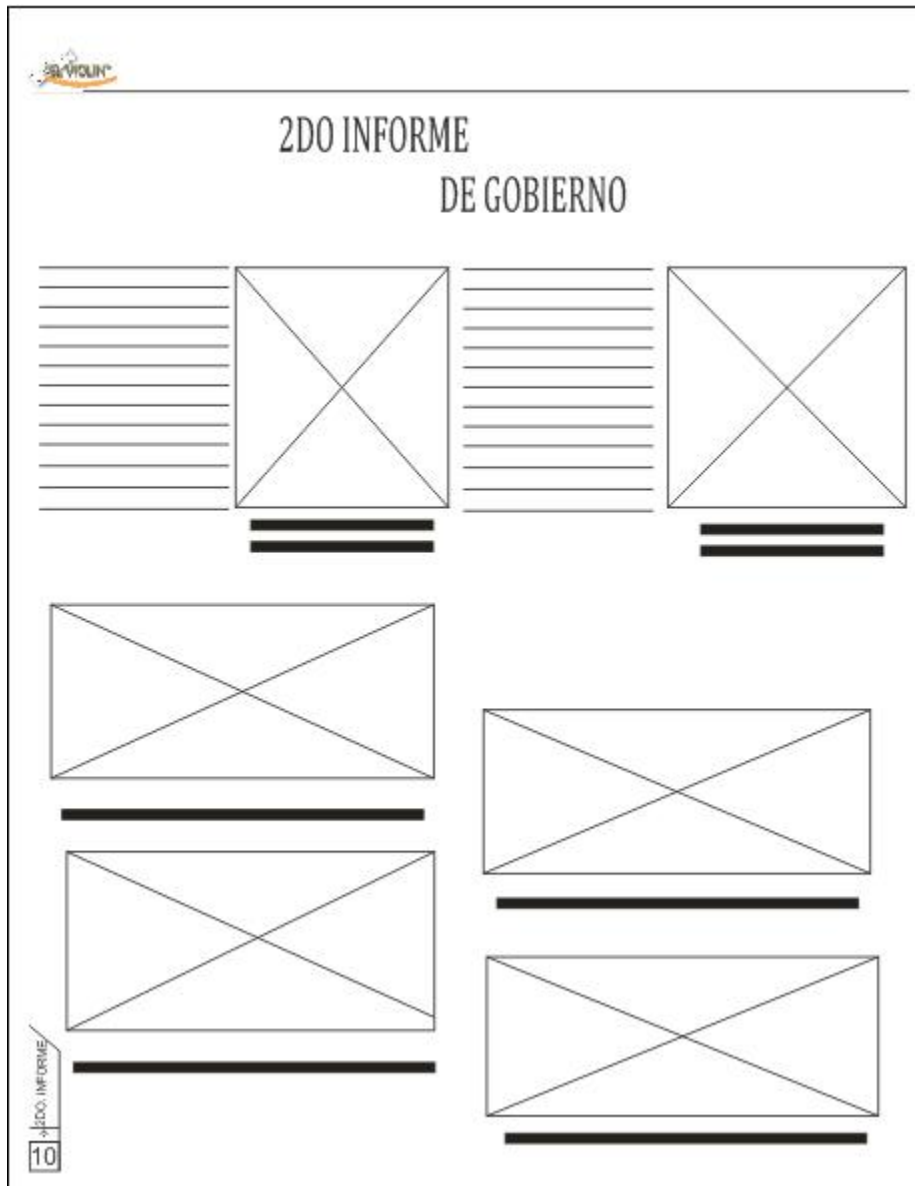
En la octava página se muestra el contenido principal de la revista que en este número corresponde al segundo informe de gobierno del presidente municipal de Juventino Rosas Juan Antonio Acosta Cano, en esta se incluye información y dos fotos. En la parte inferior izquierda se muestra el nombre, imagotipo y logotipo de la revista mientras que en la parte inferior izquierda se presenta el número de página y la información que encontramos en esta hoja.

The image shows a template for a magazine cover. At the top left is a small logo with the text "SE VOLUN". The main title "2DO INFORME DE GOBIERNO" is centered at the top. Below the title is a large rectangular area with a diagonal cross, intended for a photograph. The lower half of the page is filled with horizontal lines for text, arranged in two columns. In the bottom left corner, there is a smaller square area with a diagonal cross, and a small box containing the text "2do Informe" and a logo.

La novena página continua con el segundo informe de gobierno ya que es información de importancia para el municipio y por eso se le da más relevancia. Se presentan más fotos que información, como ya se ha mencionado anteriormente las fotos se encuentran señaladas con los cuadros que tienen cruces y la información en las líneas delgadas. En la parte superior izquierda se coloca el nombre, logotipo e imagotipo de la revista, y en la parte inferior derecha el número de página y lo que se encuentra en esta hoja.



En la decima página se muestran pequeñas entrevistas a las personas de lo que opinan del segundo informe de gobierno, se presentan fotos. En la parte superior izquierda se encuentra el nombre, imago tipo y logotipo de la revista mientras que en la parte inferior izquierda se encuentra el número de página y lo que se presenta en esa hoja.



En la onceava página se presenta el escudo de la ciudad de Juventino Rosas con una explicación del mismo en ella se incluye una foto. En la parte superior derecha se encuentra el nombre, imatipo y logotipo de la revista mientras que en la parte inferior derecha se encuentra el número de página y lo que se presenta en esa hoja.

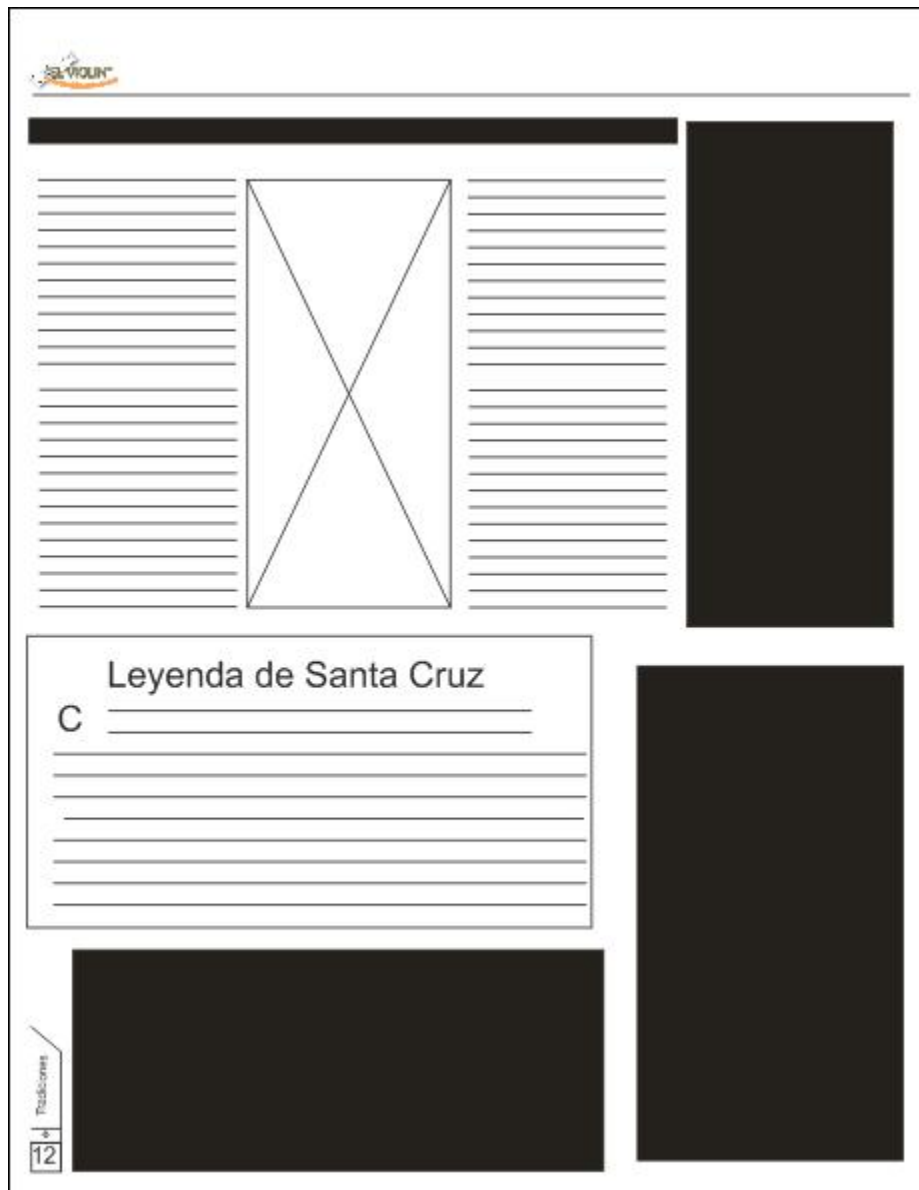




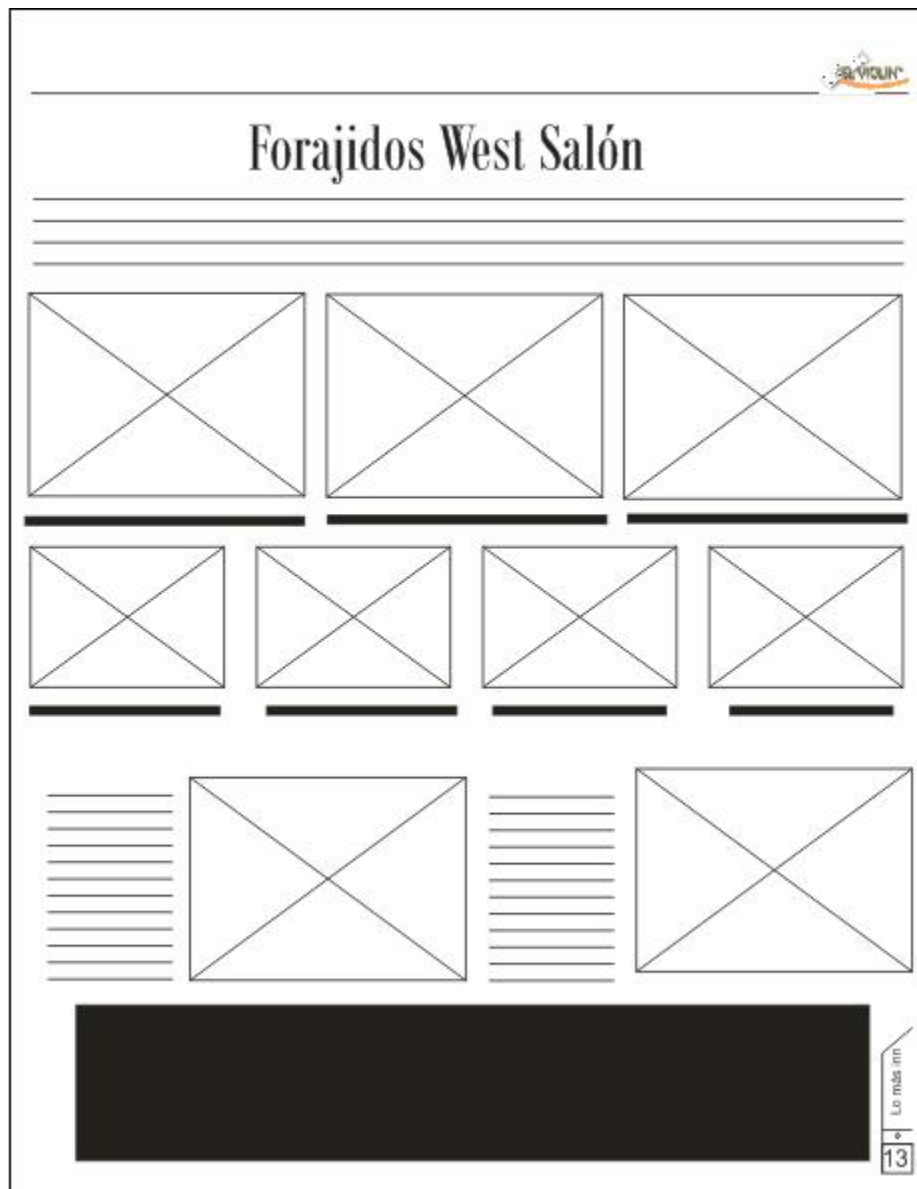
## Escudo de la Ciudad

Escudo  
11

En la doceava página se encuentra el espacio para tradiciones y leyendas de la ciudad donde se incluirá el tiempo dorado y la leyenda de Santa Cruz. En estas dos se muestran imágenes y en una parte donde se encuentra los recuadros negros la publicidad. En la parte superior izquierda se encuentra el nombre, imagotipo y logotipo de la revista mientras que en la parte inferior izquierda se encuentra el número de página y lo que se presenta en esa hoja.



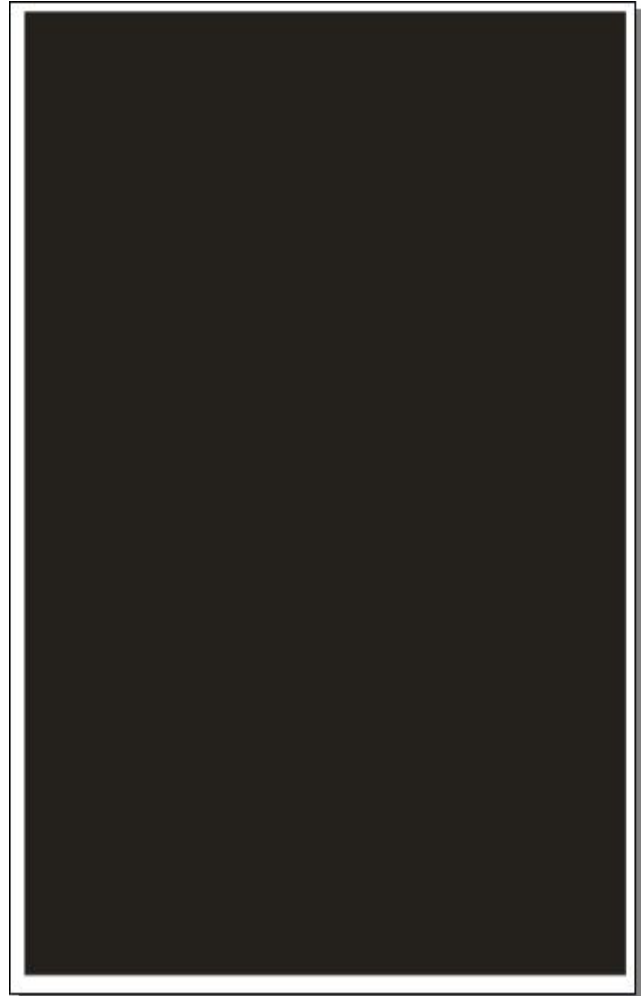
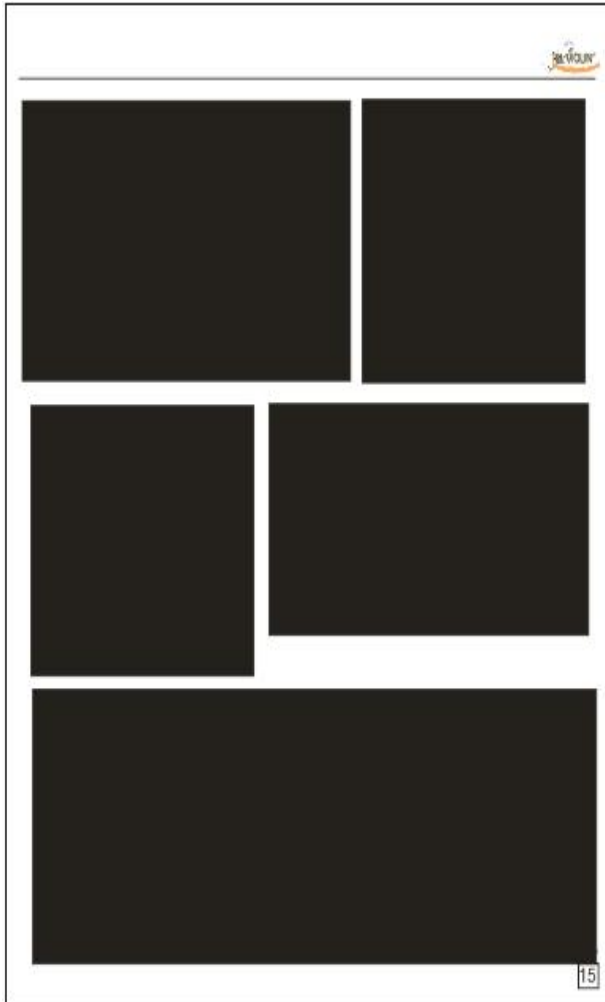
A la treceava página corresponde al espacio lo mas inn donde se presenta el nuevo salón de cumbia texana en el municipio “forajidos” west salon. La mayor parte de esta página contiene fotos y publicidad del lugar. En la parte superior derecha se encuentra el nombre, imago tipo y logotipo de la revista mientras que en la parte inferior derecha se encuentra el número de página y lo que se presenta en esa hoja.



En la catorceava página se presentan los próximos estrenos que se encuentran en el cine de Juventino Rosas, se muestra una pequeña descripción de las películas y su respectiva foto, también hay publicidad del cine. En la parte superior izquierda se encuentra el nombre, imagotipo y logotipo de la revista mientras que en la parte inferior izquierda se encuentra el número de página y lo que se presenta en esa hoja.



En la página quince y dieciséis se presenta únicamente publicidad porque recalcamos que esta publicación mantendrá los gastos por medio de esta. La pagina quince muestra diversos anunciantes mientras que en la dieciséis se muestra únicamente un anunciante.





## 5.6. Financiamiento de la revista EL VIOLIN

Antes de hablar de un posible financiamiento de la revista, primero hablemos del presupuesto que se necesita para llevar a cabo este proyecto.

Se sabe que las revistas que han existido anteriormente en el municipio que son *chopper* y *la brújula* no han tenido financiamientos sino que los titulares de estas son los que han puesto de su capital para que esta saliera al mercado, ya después empezaron a comercializarla vendiéndola en puestos de periódicos y revistas. El problema fue no haber contado con un plan de ventas para saber los pasos que se tuvieron que haber seguido para que el proyecto funcionara.

Después de realizar un análisis de costos a diferentes maquiladoras, se ha concluido que gracias a la calidad y el precio ofrecido, el proveedor de este servicio sería la empresa Periódico Correo de hoy misma que haciéndole un estimado presento los siguientes presupuestos:

a) Una revista tamaño carta de papel bond de 16 paginas (6 a color y 10 a blanco y negro o escala de grises) y con un tiraje de 1000 ejemplares se costea en un estimado de \$4,600.

b) Una revista tamaño media carta de papel bond de 16 paginas (10 a blanco y negro o escala de grises y 6 a color) y un tiraje de 2000 ejemplares tendría un costo aproximado de \$7,000.

Dado que nuestro universo es de 101,700 personas, se propone tomar el segundo presupuesto que abarca los \$4,600.

Si a la cifra que se ha presentado anteriormente se le agregan los gastos por impresiones preliminares y otros gastos mínimos el costo aproximado total para la realización de una revista ascendería a los \$5,000.

Existen dos formas a través de las cuales se pueden cubrir los gastos que generaría una revista en Juventino Rosas.

Una de ellas es que un órgano especial como lo es la presidencia municipal se encargue de cubrir todos los gastos pero al ser considerada esta forma los trámites son largos y debido a los gastos que en otras aéreas pudiera tener la presidencia municipal, se considera difícil de llevar a cabo o también se tendría problemas en dado caso de que la publicación se quisiera vender y no podría incluirse publicidad.

La segunda opción es que la revista se logre hacer un órgano semi-independiente y que a través de la venta de publicidad, pero que esta vez este bien ubicada a diferencia de las publicaciones anteriores, se logre cubrir los gastos de se generen, y que ayudaría a que la revista se mantenga en el mercado.

En el caso de esta tesis, la propuesta es que la revista sea una organización independiente de un órgano administrativo (como sería presidencia municipal) a fin de que pudiera ser de carácter gratuito. Para lograr esto se deben seguir diferentes pasos los cuales se enuncian a continuación.

Dar de alta en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) a través del servicio de Administración Tributaria (SAT).

Según dicha dependencia esta actividad es posible y el proyecto tendría que ser registrado en el Régimen de Intermedios y para hacerlo se requieren de los siguientes documentos de una persona que el consejo editorial de la revista determine, entre lo que se incluye:

- Dos formas fiscales
- Dos formas fiscales, R-1 (Original y duplicado)
- Original del acta de nacimiento
- Formato CURP
- Credencial de elector (original y copia)
- Comprobante de domicilio (original y copia)

Una vez que la revista se encuentre dada de alta se adquieren los siguientes lineamientos y responsabilidades:

1. Hacer declaraciones mensuales los primeros 17 días de cada mes

2. Cumplido el año de vida de la empresa se hace una declaración anual que se puede realizar durante todo el mes de abril siguiente al cumplimiento de los 364 días de actividades.
3. La empresa esta obligada a llevar un libro de ingresos y egresos supliendo la contabilidad.
4. Expedir y conservar comprobantes fiscales con requisitos del Código Fiscal de la Federación.
5. Conservar la contabilidad y los documentos de los asientos respectivos.
6. Anotar el importe de las parcialidades al reverso del comprobante
7. Presentar y mantener a disposición de la autoridad la información de las fracciones VII, VIII Y IX del artículo 86 de la Ley de impuestos sobre la renta.
8. Llevar un registro específico de las inversiones con deducción inmediata.
9. Cuando las declaraciones se hacen en ceros se proceden a llenar las hojas para las declaraciones con información estadística ceros, que dice que los ingresos son iguales o menores a los egresos.
10. Se recomienda la asesoría de un contador publico que se encargue de llevar las cuentas estadísticas.

De esta forma de una manera legal y ante el gobierno, la revista se puede autofinanciar y puede vender espacios publicitarios.

#### **5.6.1. Principios éticos y jurídicos de la revista.**

También se considera importante señalar los principios éticos y jurídicos de la revista en los que se incluyen:

- Principios a considerar para salvaguardar la calidad de la revista y el prestigio de todos los participantes:
  - Originalidad y re-uso
  - Confidencialidad
  - Autoría

- Derechos de autor

A continuación se explican cada uno de estos puntos.

#### Originalidad y re-uso

- No reutilizar trabajos ya publicados, total o parcialmente, para ser presentados en otra publicación primaria
- Sin los permisos correspondientes, no debe enviar a otra revista un trabajo ya publicado

#### Confidencialidad

- El autor confía a la revista los resultados de su trabajo y su creatividad. Pone en manos del editor su prestigio como investigador.
- Los editores deben abstenerse de divulgar o discutir información confidencial del trabajo con cualquier persona ajena a la revista.
- Si se rechaza un trabajo, debe devolverse a su autor de inmediato.

#### Autoría

- Los autores de un artículo son responsables de su contenido, no sólo el principal.
- El autor es el que asume la responsabilidad intelectual de los resultados que se informan.
- Los anotados, deben haber realizado una contribución importante a los resultados.

#### Derechos de autor

- Los autores poseen la propiedad intelectual de sus respectivos artículos
- Una revista no podrá reproducir un artículo en otro medio, o autorizar su reproducción en otra publicación sin el consentimiento de su autor, a menos que éste haya cedido los derechos a la revista
- Ceder los derechos protege al autor contra plagios o utilizaciones no autorizadas

### 5.6.2 Código de ética para la revista “El violín”

La prensa está obligada a informar, investigar, analizar, trazar horizontes y a desarrollar sus tareas con objetividad, equidad, ética y racionalidad, así como a desterrar la rutina y otros vicios, consciente de la función social que desempeña.

Una vez que estos puntos se han planteado se presenta la necesidad de crear un código de ética para la revista “el violín”. Dentro del cual se incluyen los lineamientos para los autores, para los revisores y para los editores.

#### Lineamientos para los autores

- ∂ La obligación central de un autor es presentar una narración concisa y exacta del trabajo desarrollado así como una discusión objetiva de su significado.
- ∂ Un trabajo debe contener detalles suficientes y referencias a fuentes de información públicas para hacer posible que colegas del autor reproduzcan el trabajo.
- ∂ Un autor debe citar aquellas publicaciones que hayan influido para determinar la naturaleza del trabajo reportado.
- ∂ Es inapropiado que un autor ofrezca manuscritos que describan esencialmente el mismo escrito a más de una revista o periódico para su publicación.
- ∂ La crítica de un trabajo publicado puede algunas veces ser justificada, sin embargo, en ningún caso la crítica personal es considerada apropiada.

#### Lineamientos para los revisores

- ∂ Ya que la revisión de documentos es un paso esencial en el proceso de publicación, cada autor tiene la obligación de hacer una parte justa de la revisión.
- ∂ Un revisor asignado que no se siente calificado o que carezca de tiempo para juzgar un documento debe turnárselo de inmediato al editor o al coordinador del comité editorial respectivo.

- ∂ Un revisor de un escrito debe juzgar objetivamente la calidad del manuscrito y respetar la independencia intelectual de los autores. En ningún caso la crítica personal es apropiada.
- ∂ Los revisores deben explicar y apoyar sus juicios adecuadamente, de manera que los editores y los autores puedan entender las bases de sus comentarios.
- ∂ Un revisor debe estar alerta a errores o fallas de los autores al citar el trabajo relevante de otros.

#### Lineamientos para los editores

- ∂ Un editor debe dar consideración justa e imparcial a todos los documentos ofrecidos para su publicación, juzgando cada uno de sus méritos, sin prejuicios de raza, género, religión, creencia, origen étnico, ciudadanía, filosofía política del autor, etc.
- ∂ Un editor debe procesar los escritos con diligencia.
- ∂ Un editor tiene la responsabilidad y la autoridad para aceptar o rechazar un artículo enviado para su publicación. El editor puede confiar en el consejo editorial o en los coordinadores del comité editorial la responsabilidad para tomar esta decisión en casos específicos.
- ∂ El editor y el cuerpo editorial no deben desplegar ninguna información sobre un manuscrito en proceso de revisión o publicación a ninguna persona fuera de aquellos a los que se les solicite consejo profesional.
- ∂ Un editor debe respetar la independencia intelectual de los autores.
- ∂ La responsabilidad y autoridad editorial deben ser delegadas a alguna otra persona calificada, por ejemplo, a un miembro del consejo o de un comité de la revista, cuando un miembro del cuerpo editorial presente un escrito a consideración de la revista.

Una vez entendido estos puntos puede continuarse a explicar el siguiente punto referente a la venta de publicidad.

## 5.7. Venta de publicidad

En cuanto a la venta de espacios publicitarios se tiene contemplado, para cubrir los gastos de producción, la venta de publicidad en seguida se presentan diferentes formas en las cuales se le puede ubicar.



45

A diferencia del resto de piezas, donde suele hacer uso del **impacto** y la **provocación**, esta vez ha dado un giro con una campaña con más tacto, simplemente se dobla la hoja y se logra encontrar el anuncio publicitario.

Otra forma de anunciar un producto es esta:

<sup>45</sup> <http://ideacreativa.blogspot.com/search/label/publicidad>.



46

Aquí la publicidad se ubica en una de las esquinas permitiendo que el lector ubique su vista en este punto.



47

En esta colocación de publicidad la imagen se muestra en el centro y también es una forma muy atractiva de presentar el producto ya que logramos que el receptor retenga su vista en ese lugar.

<sup>46</sup> Ídem

<sup>47</sup> Ídem






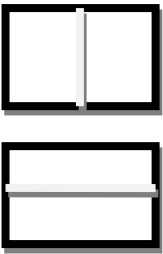

En el anuncio gráfico el mensaje mezcla imagen y texto. El tamaño de los anuncios en los medios impresos suele establecerse a partir de una retícula que divide el soporte en una serie de módulos, los más habituales suelen ser la doble página, la pagina completa, media pagina, pueden ser en color o en blanco y negro.

Se puede también hacer la cotización a la venta del equivalente de 3 páginas de las correspondientes en blanco y negro y 2 paginas de las correspondientes a color.

---

<sup>48</sup> ídem

Estas páginas se proponen ser comercializadas de la siguiente forma:

Grafico	Nombre	Medidas	precio	Contratación mínima
	Una plana completa	Mide 20 cm de ancho por 26.5cm de altura	\$1,000 mensual esto a blanco y negro.  A color \$1, 500	Por lo menos dos publicaciones
	Media plana	Puede medir 20cm. de ancho por 13 cm de altura	\$600 mensuales en blanco y negro  A color \$750	Por una publicación
	Cuarto de plana	Presentación de 10 cm de ancho por 13 cm de alto o de 6.5 cm de alto por 20 cm de ancho	\$300 mensuales en blanco y negro  A color \$400	Por dos publicaciones mínimo

Estas son las únicas formas en las cuales se pueden vender espacios publicitarios de las páginas a color y blanco y negro e igualmente para ambos estilos se le debe agregar el estilo o diseño de la publicidad que tendrá un costo adicional el cual será dado según el grado de dificultad del mismo.

En la compra de los espacios de publicidad los representantes de la revista tienen la función de entregar ejemplares a los patrocinadores, distribución de los ejemplares en la ciudad que puede incluir centros de comercio sobre todo para aquellos que hayan adquirido publicidad y también en los establecimientos de periódicos y revistas.

### **5.8. Proceso de distribución**

La revista tendrá una distribución interna en la ciudad en donde los ejemplares se colocaran en centros de comercialización y además en el caso de los clientes que utilicen publicidad en la revista podrán tener ejemplares en sus negocios.

Esto se hará de una forma personalizada por uno de los coordinadores de la revista. De esta manera se cubren todas las áreas necesarias para la creación de una revista en Juventino Rosas y así poder tener una revista como un organismo independiente.

## CONCLUSIÓN

En esta tesis se fue desarrollando cada uno de los capítulos en base a una investigación y metodología, por otro lado se dio a la tarea de recopilar los antiguos trabajos de las revistas que antecedieron a este trabajo de tesis, a través de un sondeo de opinión se pudo contar con las preferencias en cuanto al diseño, imagen y formato que prefieren los habitantes de Juventino Rosas.

Se entendió que una de las funciones de la revista es comunicar pero también hay que tener en cuenta que no todos los acontecimientos de la vida cotidiana poseen las características necesarias para ocupar un lugar en sus páginas.

Estos hechos deben interesar al público al que van dirigidos, despertar comentarios y generar reflexiones.

Se quiere dejar en claro que este proyecto solamente podría ser elaborado mediante la obtención del financiamiento necesario para poder sacarlo a la luz, sin embargo con toda la metodología que se utilizó y los diseños que se presentan como bosquejos la producción de una revista en Juventino Rosas puede llevarse a cabo.

Si algo queda claro es que quien elige siempre es el lector, porque será él quien decidirá comprar la revista o no y por lo tanto es deber del medio darle información de su interés.

Mediante este tema de tesis se quiso producir una revista en donde se pudiera plasmar el pluralismo, en donde en todo escritor haya antes un lector. El editor puede escribir o no pero su oficio es leer. Un grupo de escritores que se reúnen para publicar una revista no quieren escribir sino sobre todo dar a leer lo que escriben y lo que leen. Buscan a lectores de sus páginas pero en primer lugar buscan al lector que hay en ellos mismos.

## BIBLIOGRAFÍA

Beltrán y Cruces Raúl Ernesto, "**Publicidad en medios impresos**", 2da. edición, México, ED. Trillas 1991, paginas 166.

Clarence Hach, "**Publicidad y Marketing**", 3ra. edición, México, ED. Trillas 2002, paginas 250.

English Earl "**Periodismo académico**", 2da. edición, México, ED. EDAMEX 1990, paginas 358

Marín Carlos, "**Manual de periodismo**", 2da edición, México, paginas 208

Moiron Sara, "**Como acercarse al periodismo**", 2da. Edición, México, ED. CONACULTA 2000, paginas 145.

Santoro Daniel, "**Técnicas de investigación métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina**", México, ED. Nuevo periodismo 2003, paginas 269.

Serafíni Maria Teresa, "**Como redactar un tema**", 2da. edición, México, ED. Paidos Mexicana 2000, paginas 242.

## Otras fuentes

Compendios de los municipios del Estado de Guanajuato.

<http://ideacreativa.blogspot.com/search/label/publicidad>.

<http://www.museodelaimprenta.com.ar/encuadernacion.asp>

[WWW. Wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

[WWW. Lablaa.org](http://www.lablaa.org)