

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN CREACIÓN LITERARIA

“Monociclo. Proyecto editorial de revista literaria electrónica”

TRABAJO RECEPCIONAL

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN

CREACIÓN LITERARIA

PRESENTA:

RENÉ ARTURO ORTIZ OSTOS

Directora de trabajo recepcional:

Mtra. Hilda Rosina Conde Zambada

Ciudad de México, noviembre 2016

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS ©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

*A Laura Ostos, mi madre,
por su apoyo incondicional.*

Agradecimientos

*A mis queridas
y admiradas gárgolas:*

*Rosina Conde,
Carmen Ros,
Karla Montalvo,
Elsa Fujigaki,
Teresa Dey
y Adriana Jiménez.*

*A mis no menos
queridos y admirados
maestros y amigos:*

*Hugo Hiriart,
y Xhevdet Bajraj.*

*A mi amigo David Huerta
por creer en Monociclo.*

*Mi más sincero
reconocimiento
a Héctor Carreto,
Iliana Rodríguez
e Isaí Moreno
por sus valiosas
observaciones.*

Índice

	Páginas
INTRODUCCIÓN	3
Metodología	3
El Proyecto Editorial	8
Descripción de Monociclo	8
Misión	8
Visión	8
Objetivo general	8
Objetivos particulares	9
Justificación: ¿Por qué otra revista literaria?	9
Exploración de mercado	10
Nichos y público lector	10
Etapas de la realización	12
<i>Cronograma</i>	12
Metas	13
Cuerpo Ejecutivo	13
Consejo Editorial	14
Colaboradores	15
Criterios de selección de la revista	15

Secciones y contenido	16
Diseño de la revista	17
Estrategias de promoción y difusión	20
<i>Miércoles de #Monoficción en Twitter</i>	21
<i>#DQVLA FOTO</i>	24
<i>Facebook</i>	25
<i>Correo electrónico</i>	25
<i>Convenios de intercambio</i>	26
<i>Presentaciones</i>	26
<i>Coloquios</i>	26
Cotizaciones	29
Costo de revistas impresas	30
¿Cuál ha sido el impacto de Monociclo?	31
Segunda época	34
Conclusiones	35
Anexos	CD

INTRODUCCIÓN

En el taller de revistas literarias, además de conocer los avatares que conlleva la realización de una publicación de este tipo, se realiza un proyecto editorial para certificar el curso. Con base en lo anterior y apoyado, además, en el conocimiento obtenido en las materias de administración y gestión editorial, promoción y difusión de la literatura, así como diseño de libros y revistas, comencé la planeación de mi proyecto. Mi idea original fue realizar una revista impresa —¿a quién no le gusta la experiencia sensorial que producen los objetos impresos? Sin embargo, con el paso de las semanas, después de comparar los costos de producción y las dificultades con las que se enfrentan los editores literarios para difundir y distribuir la publicación impresa, me di cuenta de que el formato electrónico supera los avatares de dicha publicación y que, además de reducir recursos y procedimientos, tiene un alcance mayor. Se destaca el hecho de que, gracias al formato electrónico, la revista da una mayor proyección a los autores publicados en su espacio, ya que cualquier persona, en cualquier parte del mundo, con una conexión a la red, tiene acceso a la revista sin restricción alguna.

En el presente trabajo recepcional, hago un análisis comparativo en lo referente a alcances y producción entre revistas impresas y electrónicas a partir de mi experiencia con mi propia publicación: *Monociclo*.

Metodología

Para lograr hacer un comparativo entre revistas digitales e impresas, primero me di a la tarea de investigar cuántas y cuáles revistas impresas están presentes en los exhibidores de los puestos de periódicos y revistas, así como en los anaqueles de las tiendas

departamentales (Sanborns, Palacio de Hierro, Suburbia, etcétera). Visité cinco puestos de periódicos y revistas en diferentes puntos de la ciudad de México, y a la pregunta “¿cuántas revistas manejan en su catálogo de ventas?” los vendedores me dieron cifras muy variadas (“más de 300”, “más de 400”, “más de 450”, “más de 1000”, “ni idea, son demasiadas”) lo que me llevó a concluir que no manejan un listado de los títulos que venden; es decir que simplemente ponen a la venta lo que les llega de las distribuidoras sin otro control más que el de la cantidad de ejemplares y el costo y ganancia de cada uno. Aunado a lo anterior, a la pregunta “¿de todas estas revistas que vende, cuántas y cuáles son literarias?”, la mayoría de los vendedores nombró *Letras Libres*, *Algarabía* y *Nexos*; sin embargo, solo las revistas *Algarabía* y *Letras Libres* se pueden considerar revistas de contenido literario, pues en la otra publicación encontramos más contenido político y reportajes de temas diversos. Cuando les pregunté a los vendedores por qué había tan pocas revistas literarias, la respuesta fue unánime: “a la gente no le interesa ese tipo de revistas.” No estoy de acuerdo con ellos, pues si tomamos como ejemplo el caso de *Algarabía*, que tiene un tiraje de 90 000 ejemplares, es obvio que existen consumidores interesados en la literatura y temas afines; a este respecto, habrá que tomar nota de cuáles son los mecanismos de distribución, promoción y difusión de dicha revista, que en este sentido, no solo se distingue del universo de publicaciones por su contenido literario, sino también por su formato cuyas dimensiones físicas (13.5 x 30 cm) la hacen destacar en los aparadores. Además, es sabido que la mayoría de las revistas literarias impresas que se editan en México, lo hace bajo el auspicio de universidades, bibliotecas, secretarías y casas de cultura ; sin embargo, la distribución de estas publicaciones se da, en general, dentro de las mismas instituciones que las patrocinan¹ por lo que su alcance es muy limitado.

¹ En la UACM podemos encontrar dos de ellas: *Palabrijes* y *Cultura Urbana*.

En el caso de las tiendas departamentales, no accedieron a proporcionarme la información que les pedí; sin embargo, en la tienda Sanborns del edificio Boker (calle 16 de septiembre esquina con Isabel La Católica, Centro Histórico de Ciudad de México) llegué a contar 469 revistas diferentes [ver anexo 1], dedicadas a los temas más variados (cocina, idiomas, automotores, jardinería, computación, manga, política, educación, diseño, arquitectura, música, dibujo, infantiles, herramientas, deportes, medicina, historia, etcétera), pero solo cinco revistas con contenido predominantemente literario, aunque en algunos casos compartido con otros temas (en su mayoría arte y cultura): *La Pluma del Ganso*, *Algarabía*, *Bicaalú*, *Llévela* y *Qué Leer*. De estas cinco revistas, llamó mi atención *Bicaalú*, pues tiene las mismas dimensiones físicas que *Algarabía*, hecho que sugiere que los editores de la primera consideran, al igual que yo, que el formato de la segunda ha contribuido en buena medida a que se distinga en los aparadores.

En el resto de las tiendas departamentales, se venden mayoritariamente las publicaciones de la Asociación Mexicana de Revistas A.C., en cuyo catálogo no solo no figuran revistas literarias, sino que ni siquiera aparecen las de índole cultural.

También visité la sección de publicaciones periódicas de la librería Gandhi de Miguel Ángel de Quevedo, *Solario* y *Tierra Adentro* son las únicas revistas literarias que encontré en la fecha de mi visita. La primera, *Solario*, publicación que si bien es independiente, es auspiciada con recursos del Estado [ver anexo 2]. La segunda, *Tierra Adentro*, es editada por la Dirección General de Publicaciones de la Secretaría de Cultura.

Como segundo paso para realizar mi análisis comparativo entre diferentes revistas, escribí correos a diversas publicaciones solicitando que me contestaran las siguientes preguntas:

1. ¿Qué géneros literarios abordan?
2. ¿Cuál es su casa editorial?
3. ¿Quiénes son su director (a) general, subdirector (a) y editor (a)?
4. ¿Cuál es su público lector?
5. ¿En qué fecha fue publicado el primer número de su revista?
6. ¿Cuál es su periodicidad?
7. ¿En qué formato publican y con qué características?
8. ¿De cuántas páginas o espacio consta su revista?
9. ¿Cuál es su tiraje? [Solo revistas impresas]
10. ¿Cuáles son los costos de la publicación?
11. ¿Se sigue publicando?
12. ¿Cuáles son las principales dificultades a las que se han enfrentado para publicar?

De los datos aportados en estas preguntas armé un catálogo de fichas [ver anexo 3]; sin embargo, es importante señalar que muy pocas revistas me respondieron, por lo que gran parte de la información la obtuve del Padrón Nacional de Medios Impresos, Sistema de Información Cultural, y páginas web de las revistas fichadas.

También busqué información sobre revistas de contenido literario editadas en las universidades con sedes en Ciudad de México, pero solo encontré información disponible de aquellas editadas por la UNAM, UACM y la universidad Iberoamericana [ver anexo 4].

De las contadas revistas que respondieron a mi solicitud de información, la mayoría expresó que la principal dificultad a la que se enfrenta su publicación es el financiamiento de la misma; un claro ejemplo de ello son las respuestas que me dio el director de la revista *La Pluma del Ganso*, Dantón Chelén:

“¿Cuáles son los costos de la publicación?

Difíciles de cubrir, pero lo logramos con los suscriptores anuales, endeudándonos y haciendo rifas, por ejemplo.

¿Cuáles son las principales dificultades a las que se han enfrentado para publicar?

Económicas.”

Es decir que hay casos en los que estas revistas no generan los ingresos suficientes para solventar su costo de producción, aunque no es el caso de las revistas electrónicas, cuyo costo de producción es mínimo comparado con el de las revistas impresas como veremos más adelante.

EL PROYECTO EDITORIAL

Descripción de *Monociclo*

Monociclo es una revista literaria electrónica. Como anoté líneas arriba, su gen primigenio surge del taller de revistas literarias. Mantiene un concepto informal en cuanto a su presentación y contenido, con el fin de hacer más placentera la experiencia del lector-internauta. Asimismo, es una publicación que no persigue fines de lucro.

Monociclo no es una revista temática, hay libertad en cuanto los tópicos que abordan los textos, siempre y cuando estos sean literarios y suscriban la política editorial de la revista. En otras palabras, todo texto que se reciba, sea literario y dictaminado positivamente, tendrá un espacio en la publicación.

Misión

Difundir el trabajo de escritores noveles y proyectar de forma positiva la imagen de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM).

Visión

Convertirse en un referente para la proyección de nuevos talentos literarios.

Objetivo general

Difundir el trabajo y las propuestas estéticas de los estudiantes de la licenciatura en creación literaria de la UACM, entre los internautas con un interés particular en la literatura, por medio de una revista electrónica.

Objetivos particulares

1. Crear una revista literaria electrónica titulada *Monociclo*.
2. Organizar, todos los miércoles de 10:00-11:00 horas, encuentros de escritores por medio de la creación de minificciones en Twitter, titulado *#Monoficción*.
3. Crear *memes* literarios virtuales y difundirlos en diferentes redes sociales como un medio para atraer lectores.
4. Organizar presentaciones de la revista en los planteles de la UACM, radio y T.V., foros culturales independientes, medios de comunicación impresos, etcétera.
5. Organizar lecturas y presentaciones de libros de escritores de la revista.
6. Promover a los autores de los textos de la revista por medio de lecturas literarias en cafés, museos, galerías, casas de cultura y en las distintas sedes de la UACM.
7. Subir videos de las presentaciones al portal de la revista.
8. Promover autores externos a la carrera de Creación Literaria.
9. Realizar convenios de intercambio con otras revistas y escritores para promover nuestra publicación.
10. Convocar a concursos literarios propios de la revista.

Justificación: ¿Por qué otra revista literaria?

En México existe gran cantidad de revistas literarias, tanto impresas como en formato digital (Hermano Cerdo, Cinco Letras, Ficticia, Cuadrivio, Marabunta, etcétera) ; ante este panorama, la particularidad de *Monociclo* radica en el hecho de que es una revista realizada por estudiantes de la licenciatura en creación literaria de la UACM, cuya principal tarea es

la de dar a conocer el trabajo de sus compañeros y, con ello, contribuir a dar una imagen positiva de nuestra casa de estudios ante la población de Ciudad de México y el mundo.

Exploración de mercado

Antes de hacer *Monociclo* ya conocíamos diferentes publicaciones literarias tanto impresas como electrónicas, nos dimos a la tarea de acercarnos nuevamente a éstas para hacer observaciones en cuanto a su diseño, promoción, distribución y contenido; pero, también, buscamos otras revistas para tener los parámetros necesarios para partir de una base al iniciar con la nuestra.

Nichos y público lector

En un principio, el equipo de *Monociclo* no tenía contemplado un tipo específico de lector, simplemente hicimos la revista que, como estudiantes de la carrera en creación literaria nos gustaría leer, con la idea de que, una vez que la publicación estuviera en línea, los lectores la retroalimentaran con sus comentarios y el registro de su actividad en línea que proporciona *Google Analytics*²: fuente de acceso, permanencia en minutos, páginas visitadas (textos leídos), seguimiento y menciones en redes sociales, etcétera. De esta manera, la revista se ha ido moldeando según el tipo de lectores que la visitan, lo que constituye nuestro nicho de mercado, un público que oscila entre los 20 y 60 años y es, en su mayoría, escritor profesional o aficionado,³ que gusta de las nuevas propuestas. El grueso de este público habita en el continente americano, principalmente México,

²*Google Analytics* es una herramienta de analítica web de la empresa Google. Ofrece información agrupada del tráfico que llega a los sitios web según la audiencia, la adquisición, el comportamiento y las conversiones que se llevan a cabo en la página web. Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics

³Tenemos conocimiento de ello porque en sus perfiles de *Twitter* y *Facebook* así lo manifiestan sus propietarios, y también hay enlaces a sus blogs personales y páginas en las que se venden sus libros.

Venezuela, Colombia, Argentina y Estados Unidos, pero también hemos tenido visitas desde Europa, principalmente de España [ver imagen 1].⁴ Debido a las características de estos lectores, hemos reforzado nuestras actividades de difusión en redes sociales, sobre todo en *Twitter* que es donde encontramos mayor participación de los usuarios.



Imagen 1

⁴En estrecha relación con lo dicho en este párrafo, hemos considerado la posibilidad de abrir nuestras convocatorias a un público externo a la UACM, pero conservando una mayoría de textos provenientes de estudiantes y maestros de nuestra universidad.

Etapas de la realización

Cuando nuestra publicación era solo una idea en papel, hicimos una proyección de las etapas que tendríamos que llevar a cabo y el tiempo que tardaríamos para realizar cada una de ellas.

Cronograma

<ul style="list-style-type: none">• Dictamen previo de reserva de derechos• Diseño de la página web• Conformación del Consejo Editorial	del 5 al 9 de agosto de 2013
<ul style="list-style-type: none">• Reserva de derechos	del 9 al 16 de agosto
<ul style="list-style-type: none">• ISSN	del 19 al 23 de agosto
<ul style="list-style-type: none">• Convocatoria para la recepción de textos, publicación y cierre	del 23 de agosto al 6 de septiembre
<ul style="list-style-type: none">• Proceso de selección de textos.• Elaboración de contenidos de las secciones fijas de la revista	del 23 de agosto al 9 de septiembre
<ul style="list-style-type: none">• Edición de la revista	del 9 al 16 de septiembre
<ul style="list-style-type: none">• Publicación de la revista	16 de septiembre
<ul style="list-style-type: none">• Promoción del número en redes sociales y correo electrónico.	del 16 de septiembre al 31 de octubre

En la práctica, nuestras metas no fueron realizadas conforme a lo planeado, pues nos encontramos con diversas dificultades que nos lo impidieron, entre ellas la falta de recursos económicos y nuestra nula experiencia editorial; sin embargo, poco a poco pudimos sortear estas dificultades hasta que pudimos publicar el primer número. Aunque, a la fecha, *Monociclo* circula sin contar con ISSN y reserva de derechos sobre su nombre.

En relación con lo anterior, participamos con *Monociclo* en la Octava Convocatoria de Apoyo a Proyectos Estudiantiles para obtener los recursos para solventar los trámites legales de la revista, así como otros gastos de producción. Fuimos uno de los dos proyectos ganadores; sin embargo, el miembro del equipo que firmó como responsable del proyecto

se fue a Oaxaca durante un año y ya no pudo firmar los documentos correspondientes, por lo tanto no recibimos el apoyo.

Metas

Para alcanzar nuestro objetivo final, que es el convertirnos en un referente para la proyección de nuevos talentos literarios, tenemos que:

1. Posicionar a *Monociclo* frente a la gran cantidad de publicaciones literarias que existen en la red (blogs, fan pages, páginas personales, otras revistas, etcétera).
2. Tener presencia en las redes sociales mediante la creación de contenido propio y la difusión de contenido de terceros afines a nuestra línea editorial.
3. Hacer comunidad con nuestros lectores.

Cuerpo ejecutivo

El cuerpo ejecutivo es el grupo de personas que, con un cargo asignado, hacen la revista; suele estar integrado, principalmente, por un director, un subdirector y un editor; sin embargo, su conformación depende de las necesidades de cada revista. El cuerpo ejecutivo de *Monociclo* es un órgano colegiado que, si bien cuenta con un cargo de dirección para razones legales, de representación y operatividad, toma las decisiones importantes con visión de conjunto y de manera consensuada.

El cuerpo ejecutivo de *Monociclo*, renombrado Cuerpo del Deleite, está compuesto exclusivamente por estudiantes de la UACM, pues, como mencioné líneas atrás, la intención de la revista, no solo es la de dar a conocer nuevos talentos literarios, sino la de

hacer una proyección positiva de esta casa de estudios. Además, el hecho de que el cuerpo ejecutivo esté conformado solo por estudiantes se debe a la intención de que, cada cierto tiempo, la revista pase a manos de nuevas generaciones para que la publicación no se anquilose y siga siendo innovadora; además de tener un estatus permanente de legado universitario. En este mismo sentido, consideramos que, si se incluyeran académicos o administrativos, debido a su permanencia indefinida en la UACM, se corría el riesgo de que no hubiera cambios operativos y de visión.

Consejo Editorial

El consejo editorial suele ser un conjunto de notables cuya principal función es la de dar presencia a la revista mediante su asesoramiento y visión editorial, personas cuya trayectoria y nombre les preceden. En el caso de *Monociclo*, para conformar lo que llamamos Gurús Literarios, invitamos a distinguidos académicos de nuestra institución universitaria que son, en la mayoría de los casos, escritores reconocidos tanto nacional como internacionalmente: David Huerta, Héctor Carreto, Hugo Hiriart y Rosina Conde; asimismo y para hacer contrapeso, el consejo incluyó a egresados, como Medardo Maza, y estudiantes de la licenciatura que cuentan con premios literarios de importancia, como Emiliano Aréstegui y Omar Delgado. También en esta lista se encuentra Enrique González Rojo Arthur, escritor que, si bien no forma parte de la planta docente de la UACM, ha contribuido de manera activa por el bienestar de esta casa de estudios.

Colaboradores

Bajo el nombre de *Cofrades*, este apartado fue agregado a la página cuando salió el segundo número de *Monociclo*, en él se encuentran las fotografías y semblanzas de los colaboradores de la revista, maestros y compañeros de la UACM que de manera constante y desinteresada comparten su obra con los lectores de nuestra publicación. En este grupo podemos encontrar a Xhevdet Bajraj, Karla Montalvo, Ana Alonzo y Abril Albarrán.

Criterios de selección de la revista

Si bien una revista electrónica tiene una capacidad muy basta para albergar contenidos, los internautas, en general, no acostumbran dedicar periodos largos de lectura en la red, pues a muchos les resulta cansado leer en una pantalla que “bombardea” sus ojos con haces de luz; y para otros, el hecho de que la información fluya con muchísima rapidez los ha acostumbrado a no dedicarle demasiado tiempo a un mismo tema. Expuesto y contemplado lo anterior, en *Monociclo*, se publican textos cuya extensión no supera las seis cuartillas en letra Times New Roman de doce puntos, con interlineado doble, párrafos sangrados (en el caso de la prosa) y margen preestablecido por Word (superior e inferior a 2.5, e izquierdo y derecho 3.0 centímetros). Esto da un tiempo de lectura de seis minutos como máximo; así, al concluir, el lector puede continuar con otro texto o visitar otras páginas.

En cuanto al contenido de los textos, estos tienen que suscribir nuestra política editorial para ser considerados, la cual está enmarcada por cuatro vertientes:

1. *Originalidad*: entendida como la cualidad de un texto que se distingue por no ser una copia ni imitación de ningún otro o que rompe, mediante la técnica y el estilo, con el lugar común.

2. *Valores estéticos*: la utilización de tropos, técnicas y temas acordes con nuestra época.
3. *Brevedad*: si lo escrito se puede decir con menos palabras conservando el estilo, el efecto y la intención, pues entonces que sea escrito con menos palabras.
4. *Respeto*: aunque apoyamos fervientemente la libertad de expresión, tenemos la responsabilidad ética de no publicar textos que atenten contra la vida, en general, y la dignidad humana, en particular, como apologías que promuevan la pedofilia, violación, maltrato, homofobia, misoginia, violencia de género, acoso e incitaciones similares.

Aunado a lo anterior, todo texto que se recibe, una vez comprobado que está suscrito a nuestra política editorial, es enviado a nuestros dictaminadores, consejeros editoriales, en la modalidad de texto ciego, con el objetivo de que sean imparciales en la medida de lo posible.

Secciones y contenido

Para el primer número de *Monociclo*, se crearon varias secciones con el fin de disponer los textos de tal manera que el lector pudiera encontrar fácilmente los géneros y servicios de su interés:

1. *Atrás de la raya* (editorial)
2. *Un pedacito nomás* (fragmento de novela)
3. *Una de vaqueros* (cuento)
4. *Para montarse* (dramaturgia)

5. *La muerte chiquita* (poesía)
6. *@prueba y e-rror* (ensayo literario)
7. *Tiene su chiste* (minificción)
8. *Te toca* (concurso)
9. *Con la misma tonada* (*imitatio auctoris*)
10. *Éntrale, maestro* (colaboraciones que aborden temas literarios)
11. *Ayayayay* (citas)
12. *Otras rodadas* (páginas amigas)

Sin embargo, nos dimos cuenta de que, lejos de facilitar la búsqueda de los visitantes, solo la hacía más engorrosa; por ello decidimos pasar a formato PDF los números anteriores [ver anexo 7], para ubicar las secciones dentro de dichos números, y no como parte de la página. Lo anterior, no solo mejoró la disposición de la información, sino que ahorró espacio en el sitio.

Con la finalidad de facilitarle la navegación a los internautas y agilizar la lectura de la revista, a partir del segundo número desaparecieron las secciones, y se tiene acceso a los textos directamente desde el índice de la página principal y, para el caso de los contenidos de números anteriores, desde la pestaña de *Texto-servicios*.

Diseño de la revista

La revista se hospedó en *Weebly*, por ser un host que ofrece tanto hospedaje como plantillas para la construcción de páginas web de forma gratuita [ver anexo 5]; sin embargo, este paquete no cuenta con una aplicación para búsqueda de archivos, no proporciona un dominio propio ni permite que se suban archivos multimedia directamente a la página. Para

tener acceso a esos beneficios hay que adquirir los paquetes *Starter* o *Pro*, que cuentan con más y mejores características de funcionamiento, pero no son gratuitos.

De entre las plantillas que ofrece *Weebly*, optamos por una de diseño minimalista con un fondo blanco y caracteres en color negro para que se asemeje lo más posible al diseño de la revista impresa; gracias a esto, se hace más cómoda la experiencia para los lectores. Aunado a lo anterior, es importante señalar que a toda plantilla se le pueden hacer cambios y adaptaciones a gusto de los editores.

En el cabezal de *Monociclo* aparece el logotipo de la revista, el cual está formado por el nombre, pero con la segunda “o” sustituida por el dibujo del artefacto al que hace referencia. Debajo del cabezal se hallan el menú de nuestra página web, con los nombres y enlaces a los apartados que conforman el sitio [ver imagen 2].

Para nuestra portada utilizamos una imagen como cintillo, en ella aparecen el año, número en circulación y referencias legales de la revista [ver imagen 2].



Imagen 2

El índice del número en curso es un *slide* o rotador de imágenes, localizado abajo del cintillo de la portada; en él se muestran las fotografías que acompañan y enlazan cada texto [ver imagen 3].

En la columna de la derecha, que es más angosta que aquella en la que aparece el índice, se colocan el directorio de la revista, la imagen que enlaza a la editorial del número en curso, el contador de visitas, y los botones de distribución de *Twitter* [ver imagen 3].



Imagen 3

Los recursos multimedia son parte de las grandes ventajas que tienen las publicaciones electrónicas sobre las impresas. En el caso de *Monociclo*, contamos con una sección multimedia que abarca toda la parte inferior, en ella pueden reproducirse tanto videos como audios, en nuestro caso, con contenido literario. Hay que aclarar que, si bien *Weebly* no permite, en su versión gratuita, hospedar archivos multimedia, podemos incrustar videos y audios mediante la inserción de código HTML y “jalar” los archivos

desde otros servidores, por ejemplo: *YouTube* y *Kiwi6*. Además, en esta parte, se colocan anuncios o enlaces a sitios recomendados, como resultado de convenios [ver imagen 4].

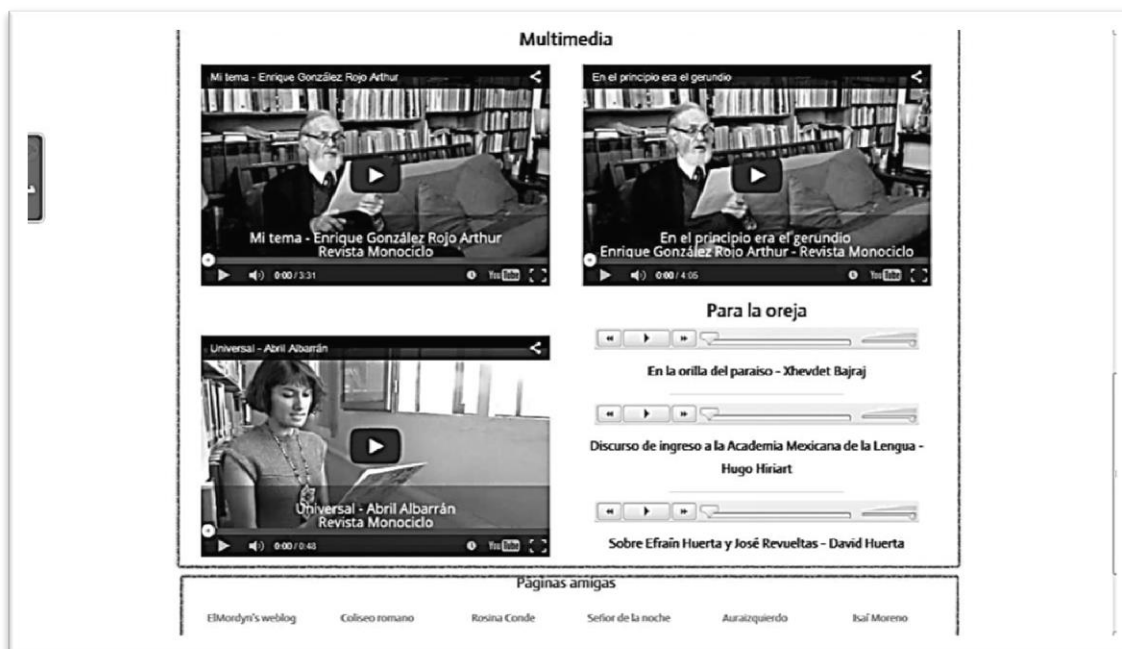


Imagen 4

Estrategias de promoción y difusión

Toda publicación, ya sea impresa o electrónica, requiere de estrategias de promoción y difusión para alentar su lectura, así como para posicionarse en la mente del público. En nuestro caso, al ser *Monociclo* una revista electrónica, las principales estrategias se enfocaron a la web, aprovechando las redes sociales y el correo electrónico principalmente.

Miércoles de #Monoficción en Twitter

Twitter, la red de microbloggin,⁵ ha sido de gran ayuda para la promoción de *Monociclo*; en ella creamos una actividad literaria que consiste en la escritura de ficciones mínimas, microrrelatos, microcuentos, aforismos, etcétera, por parte de los seguidores de la revista. Para ello, se creó la etiqueta *#Monoficción*, acrónimo que resultó de la combinación de “monociclo” y “minificción”. Cada miércoles, horas antes de que comience la justa, se *tuitea* un *meme* referente al tema del evento correspondiente a esa fecha. Con ello se les informa a los seguidores de la cuenta de la revista (*@RMonociclo*) cuál será el tópic de esa noche. A las 9:00 pm, desde la cuenta de *Monociclo*, se envían invitaciones vía *tuit* a los seguidores para que estén pendientes del evento. A las 10:00 pm comienza la hora de *#Monoficción*, moderada por *@RMonociclo*. Mientras dura el evento y con los *tuiteros* participantes cautivos, se hacen anuncios, se promueven los textos publicados en la revista y se pide que, a su vez, inviten a sus amigos y conocidos a que visiten la página, así como las de nuestros colaboradores y consejeros editoriales.

Poco a poco, la *#Monoficción* ha logrado posicionarse como una etiqueta de referencia para la escritura de este género literario, y con ello le ha dado presencia a nuestra revista [ver imagen 5].

⁵El microblogging, también conocido como nanoblogging, es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves, generalmente solo de texto. Las opciones para el envío de los mensajes pueden ser desde sitios web, SMS, mensajería instantánea o aplicaciones ad hoc. [<http://es.wikipedia.org/wiki/Microblogging>]



Imagen 5

En este mismo sentido, la actividad de @RMonociclo se ha hecho merecedora del reconocimiento de otras cuentas y usuarios [ver imágenes 6 y 7].



Imagen 6



Imagen 7

Y no solo eso, la *#Monoficción* ha tenido tanto éxito que ha logrado posicionarse como tema del momento o *trendingtopic* a nivel nacional gracias a su poder de convocatoria [ver imagen 8].

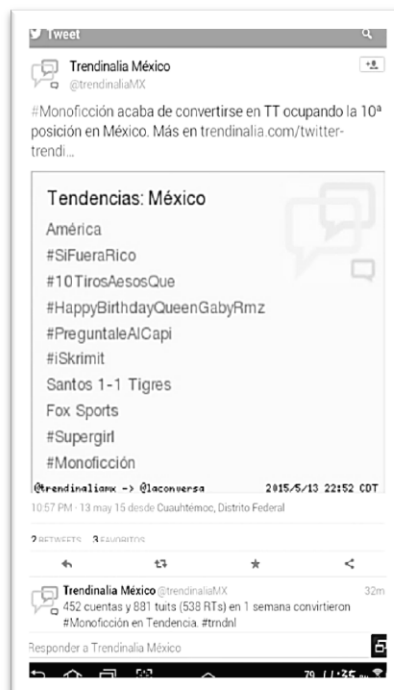


Imagen 8

#DQVLAFOTO

Originalmente pensada para la red social Facebook, #DQVLAFOTO es una actividad en Twitter que consiste en escribir en un tuit un textícolo inspirado en una fotografía. La fotografía es tuiteada todos los lunes a primera hora desde la cuenta de la revista, los participantes tienen toda la semana para mandar sus textos. A las 23:00 horas del domingo de esa misma semana, se elige el tuit ganador, texto que acompañará oficialmente a la imagen. La fotografía con el texto ganador incrustado se postea en las cuentas de nuestras redes sociales, así como en un espacio de la página web de *Monociclo* creado especialmente para esa actividad.

Esta actividad ha tenido también buena recepción, sobre todo en usuarios de nacionalidad española, muchos de ellos académicos o escritores aficionados [ver imagen 9].



Imagen 9

Facebook

En esta red social publicamos *memes* literarios originales y anuncios de diversas actividades del mundo de la literatura; asimismo promovemos los textos de la revista e invitamos a los eventos de nuestros colaboradores y consejeros editoriales.

Como mencioné en el apartado anterior, la actividad #DQVLA FOTO estaba originalmente pensada para realizarse en esta red social y, de hecho, las primeras tres fechas fueron realizadas en Facebook; sin embargo, la actividad no tuvo el recibimiento que esperábamos y, ante el éxito de #*Monoficción* en Twitter, decidimos mudar la actividad a esa otra red social. No obstante lo anterior, estamos planeando otras actividades en Facebook, una de ellas consistirá en escribir historias de manera colectiva, es decir, con la participación nuestros seguidores, teniendo como detonante una oración propuesta por *Monociclo*.

Correo electrónico

En cada presentación de *Monociclo*, se hace una lista de correos electrónicos de los asistentes, la cual se agrega a nuestra base de datos, misma que se utiliza para mandar enlaces a los textos de la revista, así como invitaciones a eventos de nuestros colaboradores y consejeros editoriales.

Convenios de intercambio

Hemos realizado, en *Twitter* y *Facebook*, convenios de intercambio con escritores y otras revistas para promover y difundir sus publicaciones a cambio de que ellos hagan lo mismo y recomienden *Monociclo* a sus lectores. También ofrecemos nuestro espacio para publicar reseñas de libros a cambio de la difusión de nuestra revista.

Presentaciones

El 29 de noviembre de 2013 realizamos una presentación de *Monociclo* en el *lobby* del plantel Del Valle con una gran asistencia de compañeros y compañeras estudiantes y maestros de diferentes licenciaturas. Ese día nuestra página recibió más de 500 visitas a pocas horas de la presentación [ver imagen 11].

Coloquios

El 15 de mayo de 2014 fui invitado a hablar de *Monociclo* en el Primer Coloquio de Editores de Revistas Culturales y Literarias en la UACM [ver imagen 12]

Presentación
de la
revista literaria:

Monó**o**ciclo

Viernes 29 de noviembre de 2013
14:00 hrs
UACM, plantel Del Valle, lobby del auditorio
Calle San Lorenzo, núm. 290 (atrás del Hospital 20 de noviembre)

Tu presencia es muy importante, ¡no faltes!

Imagen 10

La Universidad Autónoma de la Ciudad de México,
a través de la Academia de Creación Literaria
invita al

PRIMER COLOQUIO DE EDITORES DE REVISTAS CULTURALES Y LITERARIAS

Jueves 15/05/2014

12:00 - 14:00 h.

Juan José Reyes_Cultura Urbana
Maya López_Palabrijes
Carlos Martínez Rentería_Generación
J. M. Servín_Sangre Fría
Iván Gomezcesar_Manovuelta
Modera: Elsa Fujigaki Cruz

17:00 - 19:00 h.

Eduardo Mosches_Blanco Móvil
Federico Campbell Peña_Generación
René Ostos_Monociclo
Modera: Rosina Conde

Plantel Del Valle
San Lorenzo, 290
col. Del Valle
del. Benito Juárez

UACM
Universidad Autónoma
de la Ciudad de México
"Hecho humano que es eterno"

dc • eu
difusión cultural • extensión universitaria



Imagen 11

Cotizaciones

Como ya se mencionó, *Monociclo* está hospedada en *Weebly* [ver anexo 5], estamos suscritos al paquete básico, que ofrece herramientas de diseño web y hospedaje gratuitos. La edición de la revista ha sido realizada en su mayor parte dentro de las instalaciones de la UACM, por lo que hemos contado con internet y electricidad sin costo. Sin embargo, si quisiéramos contratar el paquete *Pro*, cuyo precio es de \$159 pesos mensuales, los costos materiales para la elaboración de *Monociclo* serían los siguientes⁶:

Costo de dictamen previo	\$191.00
Solicitud de ISSN	\$141.00
Reserva de Derechos al Uso Exclusivo de título de la revista	\$1, 808.00
Servicio <i>PRO</i> en Weebly: \$159 mensuales; es decir, \$, 1, 908 anuales.	\$1, 908.00
Total	\$4, 048.00

En contraste con una revista impresa de 80 páginas tamaño carta, con forros de papel couché mate de 200 gr, 4/4 tintas, con interiores en papel couché de 90 gr, 4/4 tintas, con un costo de impresión de \$39,782.00M.N. por 1000 ejemplares; la revista electrónica tiene una amplia ventaja en cuanto a costos se refiere, ya que a la revista impresa se le

⁶ Costos vigentes al 3 de octubre de 2016.

deben agregar también los costos de los documentos legales arriba citados, más el de los certificados de licitud de título y contenido, que tienen un costo de \$2,441.00M.N. En resumen, el comparativo de costos totales de la revista electrónica y la impresa muestran los siguientes resultados:

Revista electrónica	\$4, 048.00
Revista impresa	\$44, 070.00

Costo de revistas impresas

Imprenta	Concepto: 1000 revistas tamaño carta, impresas a 4x4 tintas, con forros en papel couché de 200 gr; interiores en papel couché de 90gr, acabado hotmealt.
AZ, Artes Gráficas S.A. de C.V.	\$ 46,342.00
Alyeri, Print Shop	\$39,782.02
Impresos Revelo	\$60,600.00
Heca, Artes Gráficas	\$ 58,100.00

Además de los costos de impresión y trámites legales, también es importante tener en cuenta el costo de distribución, el cual es de 40% sobre el precio de portada, a nivel nacional, según la compañía Distribuidora de Periódicos, Libros y Revistas S.A. de C.V. Por su parte, la revista electrónica no requiere de este gasto, pues la distribución de esta, por su misma naturaleza, no necesita de medios físicos para llegar al lector, tiene sus propias herramientas como ya vimos líneas atrás.

¿Cuál ha sido el impacto de *Monociclo*?

La revista ha tenido un buen recibimiento de parte del público lector, en cada lanzamiento hemos tenido un flujo constante de visitantes a nuestra página, un flujo que, como es lógico, va decreciendo al paso de los días, pero no desaparece, y si bien aún no podemos decir que nos hemos convertido en un referente para la proyección de nuevos talentos literarios, el nombre de nuestra revista se ha posicionado dentro del medio en el que se desenvuelve por su actividad en redes sociales. Si buscamos “Revista Monociclo” en *Google*, *Yahoo* y *Bing*, los principales buscadores de la red, nuestra página web y nuestras cuentas de redes sociales aparecen en los primeros resultados de las listas de búsqueda [ver imagen 13], algo que no ocurría en un principio, pero que hoy es una realidad que se puede corroborar con *Google Analytics* si tomamos en cuenta la cantidad de sesiones o ingresos a nuestra página que tenemos ahora con los que teníamos hace un año [ver imagen 13].

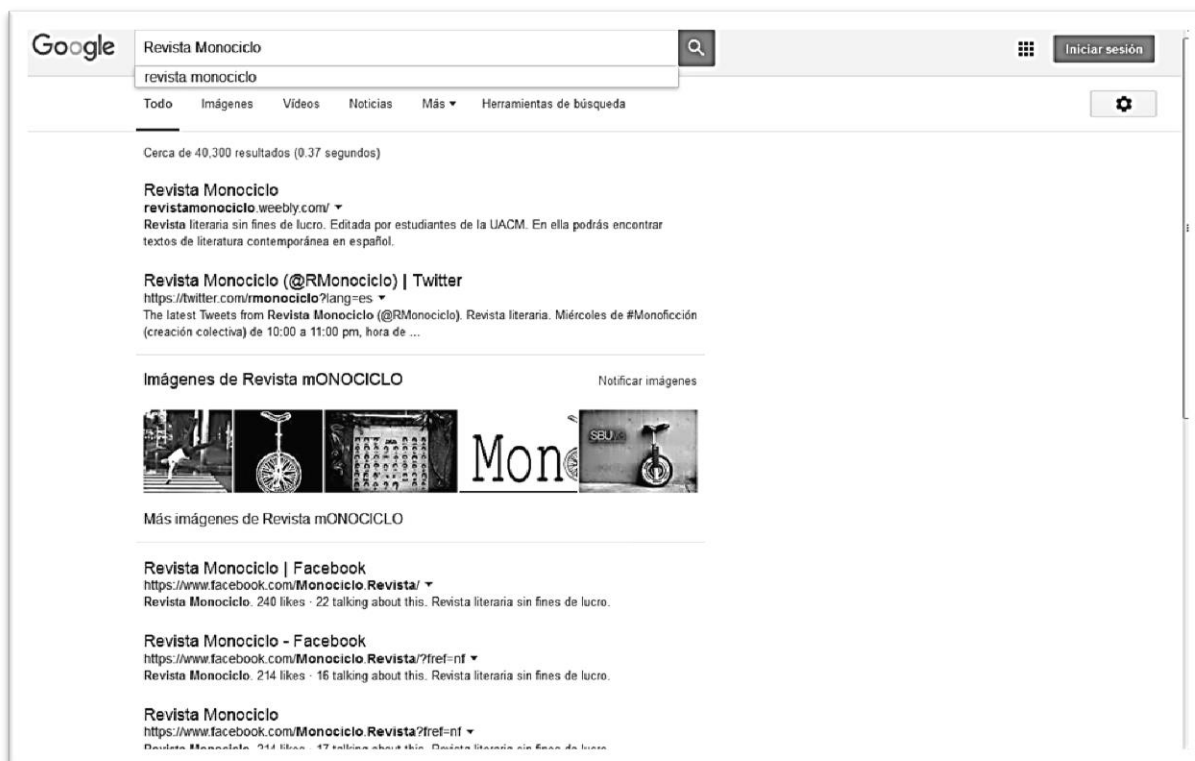


Imagen 12

Monociclo Todos los datos de sitios web

PÁGINA PRINCIPAL INFORMES PERSONALIZACIÓN ADMINISTRADOR

1 ago. 2014 - 1 ago. 2015

Visión general de audiencia

Correo electrónico Exportar Añadir al panel Acceso directo

Todos los usuarios 100,00 % Sesiones + Agregar segmento

Visión general

Usuarios frente a Número de visitas a páginas

Usuarios Número de visitas a páginas 120

Sesiones 3.934

Usuarios 3.601

Número de visitas a páginas 7.234

Página/sesión 1,84

Duración media de la sesión 00:01:08

Porcentaje de rebote 75,72 %

% de nuevas sesiones 90,80 %

Legend: ■ New Visitor ■ Returning Visitor

Idioma 1. (not set) 2. es 3. es-mx 4. es-es

País

Ciudad

Sistema

Sesiones	% Sesiones
2.651	67,39 %
965	24,43 %
241	6,13 %
222	5,64 %

Datos demográficos

Idioma

País

Ciudad

Sistema

Comportamiento

- Eventos de inteligencia
- Accesos directos
- Eventos de inteligencia
- Tiempo real
- Audiencia
 - Visión general
 - Usuarios activos
 - Análisis de grupo sta
 - Explorador de usuario
 - Datos demográficos
 - Intereses
 - Información geográfica
 - Comportamiento
 - Tecnología
 - Móvil
 - Personalizado
 - Comparativas
 - Fujo de usuarios
- Adquisición
- Comportamiento

Imagen 13

Segunda época

Actualmente, hemos comenzado una segunda época de la revista, las razones obedecen a diversos factores, por un lado está el hecho de que por poco más de dos años me hice cargo en solitario de la revista, situación que es poco práctica y dificulta el trabajo; además de que contraviene la intención original, que es la de ser un espacio en el que participen estudiantes de la UACM, no solo publicando, sino editando y desarrollando diversas habilidades profesionales. Por otro lado, la idea de que, al tratarse de una licenciatura que forma escritores, se recibirían textos en cantidad suficiente como para sacar números con regularidad, puso en evidencia mi ingenuidad como editor novel, pues algunas de las mayores dificultades a las que me he enfrentado son la falta de interés y la soberbia de algunos compañeros para publicar. Estas dos problemáticas fueron la principal motivación para volver a formar un equipo que se dedique, no solo a la elaboración de la revista, sino que aporte la mayoría de los textos. En este sentido, tomando la experiencia que nos ha dejado la *#Monoficción*, hemos decidido publicar números temáticos, pues el tema funciona como guía en el desarrollo de un texto.

En relación con lo anterior, el equipo de *Monociclo* ha sido invitado a presentar la segunda época de la revista en la Feria Internacional del Libro del Zócalo y en la Feria del Libro de la UACM, ambas a celebrarse en octubre del año en curso (2016).

Conclusiones

Difícilmente, como dije líneas arriba, una publicación electrónica podrá tener la experiencia sensorial que producen las revistas impresas; sin embargo, la accesibilidad de sus costos, la relativa facilidad de su elaboración y distribución, así como la posibilidad de modificar lo ya publicado; la integración de las redes sociales dentro de sus herramientas de difusión, la utilización de multimedia, la interacción con los lectores, la comodidad de consultar la publicación en diferentes medios electrónicos, etcétera, como se expuso en el desarrollo de este trabajo, tiene muchas ventajas respecto de las publicaciones literarias impresas, que si bien es cierto que no tienen los días contados, son cada vez menos, y más las revistas que se editan en formato electrónico. Quizá la mejor opción, siempre y cuando se tengan los recursos económicos, humanos, logísticos, etcétera, sería publicar en ambos formatos de manera complementaria, como lo hacen diversas publicaciones de importancia, entre ellas *Algarabía* y *Letras Libres*.

Agradezco a la UACM por el apoyo para solventar los gastos de impresión y empastado del presente trabajo recepcional.