



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

**ACUERDO 11/82 DEL RECTOR GENERAL
QUE MODIFICA EL DIVERSO 1.81
QUE FIJA LOS LINEAMIENTOS EDITORIALES
DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**

FÍS. SERGIO REYES LUJÁN
1981-1985

SIN EFECTOS

ACUERDO 11/82 DEL RECTOR GENERAL QUE MODIFICA EL DIVERSO 1.81 QUE FIJA LOS LINEAMIENTOS EDITORIALES DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

CONSIDERANDO

1. Que la Universidad Autónoma Metropolitana tiene como uno de sus objetivos la difusión y preservación de la cultura y que éstas deben ser planeadas y programadas de acuerdo con los principios de libertad de cátedra y de investigación.
2. Que la Universidad se rige por un régimen de desconcentración funcional y administrativa, realizado a través de sus unidades, y esta desconcentración requiere de actividades de coordinación del funcionamiento editorial de las distintas unidades.
3. Que la Universidad tiene la responsabilidad de que la preservación y difusión de la cultura por vía editorial se realice en niveles óptimos de calidad y de acuerdo con criterios de edición establecidos.
4. Que la actividad editorial en la Universidad debe:
 - a) Estimular el acercamiento del trabajo universitario a los problemas y necesidades de la sociedad;
 - b) Promover la difusión de los conocimientos generados dentro de las labores de investigación;
 - c) Promover una imagen universitaria integral y coherente, sustentada en el trabajo académico que se realiza;
 - Ch) contribuir al desarrollo profesional del personal académico y a la formación integral de sus estudiantes;
 - d) Promover la difusión, el estudio y la creación en disciplinas humanísticas y artísticas, con apertura a todas las corrientes del pensamiento;
 - e) Impulsar la edición de obras de elevada calidad, relevancia y amplio beneficio social y cultural que reflejen, con nivel de excelencia, la labor realizada por el conjunto de la Universidad.
5. Que el Rector General de la Universidad es el representante legal de la misma.

De conformidad a las anteriores consideraciones y con fundamento en los artículos 3, fracción I; 15; 16, fracciones IV y VII de la Ley Orgánica de la Universidad; así como en el artículo 41, fracciones III y IV del Reglamento Orgánico de la Universidad Autónoma Metropolitana, el Rector General expide los lineamientos editoriales de la Universidad Autónoma Metropolitana, a través de los siguientes

ACUERDOS

1. Se abrogan todas las disposiciones que hayan sido dictadas sobre la materia con anterioridad al presente acuerdo.
2. Las publicaciones oficiales de la Universidad Autónoma Metropolitana serán:
 - 2.1 Material didáctico para consumo interno de las Unidades.
 - 2.2 Folletos o series informativas.
 - 2.3 Boletines informativos.
 - 2.4 Cuadernos universitarios.
 - 2.5 Reportes de investigación.
 - 2.6 Publicaciones periódicas de difusión cultural.
 - 2.7 Publicaciones periódicas Divisionales y Departamentales en Ciencia, Tecnología y Humanidades.
 - 2.8 Libros universitarios.
 - 2.9 Libros de difusión cultural.
 - 2.10 Libros especializados en Ciencias, Tecnología y Humanidades.
 - 2.1 Material didáctico para consumo interno de las Unidades.

Son publicaciones de apoyo a profesores y/o alumnos en la conducción de las unidades de enseñanza-aprendizaje o del trabajo que se establece en los planes y programas de estudio de licenciatura y posgrado de la Universidad.

Dentro de este material se consideran:

- a) Fascículos de contenido de módulos;
- b) Antologías, recopilaciones y reproducciones de material bibliográfico;
- c) Apuntes y guías de estudio;
- ch) Manuales de prácticas de laboratorio, de talleres, protocolos y material de trabajo de campo (cédulas de entrevista, guías de investigación, cuestionarios, etc.).

- d) Memorias de talleres, seminarios, mesas redondas, cursos especiales o actividades similares, organizadas ex-profeso por personal académico de la Universidad, para apoyar las labores de docencia de profesores o alumnos de la institución;
- e) Otras publicaciones que sean aprobadas como material de carácter didáctico por los Consejos Divisionales.

2.2 Folletos o series informativas.

Son las publicaciones emitidas por cada Unidad, que reúnen información sobre los procedimientos de sus distintas dependencias; sobre procedimientos administrativos o escolares; sobre proyectos de investigación y el personal académico que los conduce en divisiones y departamentos.

2.3 Boletines informativos.

Son publicaciones periódicas que difunden información actual de carácter general y de interés para los miembros de la comunidad.

2.4 Cuadernos universitarios.

Son publicaciones de carácter monográfico o seriadas cuyo propósito es el difundir las experiencias, reflexiones y aportaciones que las unidades generan, evalúan y procesan en su quehacer cotidiano, dentro del avance de los procesos de la docencia, la investigación, y la difusión de la cultura.

2.5 Reportes de investigación.

Son publicaciones que describen resultados preliminares sobre el avance de una investigación original. Tienen el propósito de propiciar el intercambio de experiencias con el personal académico de las áreas, departamentos o divisiones afines al campo de conocimiento del trabajo en cuestión, con el fin de auxiliar y orientar el desarrollo de la investigación que, una vez concluida, será difundida en publicaciones especializadas o aparecerá como libro. Para cubrir los objetivos de intercambio, el tiraje máximo será de 50 ejemplares, más el porcentaje que se hace referencia en el punto 3.3.

Se publicarán cinco series de los Reportes de Investigación:

- a) Reportes de Investigación CBS
- b) Reportes de Investigación CBI
- c) Reportes de Investigación CSH
- ch) Reportes de Investigación CyAD

d) Reportes de Investigación. Temas Educativos.

La extensión de cada artículo será de 20 cuartillas incluidas las tablas y figuras correspondientes, escritas a máquina en doble espacio y con márgenes laterales de 3 cm. y de 2 cm. en los extremos superiores e inferiores respectivamente (ver anexo Núm. 1). El trabajo deberá incluir un resumen.

La aprobación de publicación corresponde a los Jefes de Área. Aquellos reportes que excedan a las 20 cuartillas, deberán contar también con la autorización del Jefe del Departamento.

La impresión se hará en el Departamento de Publicaciones, dependiente de la Dirección de Administración, con cargo a la unidad correspondiente.

2.6 Publicaciones periódicas de difusión cultural.

Habrá sólo una revista de difusión cultural general de la Universidad Autónoma Metropolitana. Esta será publicada por la Rectoría General a través de la Dirección de Difusión Cultural.

Otras revistas en materia de difusión cultural publicadas por las unidades, se podrán concentrar en distintas disciplinas artísticas sin duplicar funciones, justificándose por las actividades idóneas que previamente aseguren su capacidad especializada en el área correspondiente. Asimismo, éstas deberán ser aprobadas por la Junta de Rectores y Secretarios.

2.7 Publicaciones periódicas Divisionales y Departamentales en Ciencia, Tecnología y Humanidades.

Son publicaciones orientadas a la divulgación de trabajos originales en las áreas de ciencias, tecnología y humanidades, dentro de los elementos de temática propia de las funciones de investigación y difusión académica de las divisiones, departamento y áreas que les dan origen.

El material publicado debe tener un elevado nivel de calidad, relevancia e influencia sobre el desarrollo de las áreas cubiertas por la revista correspondiente.

2.7.1 Si dos divisiones de distintas unidades, se unen para formar un consejo editorial de una sola revista de sus respectivas áreas de conocimiento, recibirán apoyo para la edición y distribución, por parte de la Rectoría General a través de la Dirección de Difusión Cultural.

2.7.2 Si en la Universidad existen diversos departamentos que tengan la misma especialidad, y éstos deciden publicar una revista interdepartamental, integrarán un Consejo Editorial compuesto por representantes de los profesores de cada uno de los departamentos que participen. Los miembros del Consejo deberán

reunir las características y desarrollar las funciones que se prevén para los integrantes del Comité Editorial de la Universidad.

Estas revistas recibirán apoyo de edición y distribución de la Rectoría General, a través de la Dirección de Difusión Cultural.

2.8 Libros universitarios.

Son obras que las Unidades editan con el fin de promover la divulgación de aportaciones relevantes en ciencias, tecnología y humanidades.

2.9 Libros de difusión cultural.

Son obras que promueven el estudio y la creación, con apertura a todas las corrientes.

La edición de estas obras podrá ser realizada por las unidades y por la Rectoría General, siendo competencia de cada una, la selección del material.

2.10 Libros especializados en Ciencias, Tecnología y Humanidades.

La edición comercial de libros con el logotipo de la UAM, sólo podrá efectuarse de conformidad a los convenios que la Universidad celebre con editoriales comerciales y la aprobación de las obras a publicarse, será decisión de un Comité Editorial que se integrará por:

- El Director de Desarrollo Académico e Investigación, quien fungirá como Coordinador.
- Dos miembros designados por cada Rector de Unidad.

Este Comité deberá asesorarse de un mínimo de 3 especialistas, en el tema de la obra a dictaminar. Los representantes y asesores deberán ser:

- a) Personas de reconocido prestigio en su campo;
- b) Que publiquen regularmente en publicaciones periódicas de alto nivel de especialización, o,
- c) Que hayan publicado libros en la especialidad.

Los asesores entregarán los informes de lectura, con los que se integrará el dictamen final del Comité, en los términos de los convenios que se tengan.

Será la Dirección de Difusión Cultural la que administre los convenios, responsabilizándose de la negociación del programa editorial, entrega de los dictámenes, seguimiento de las ediciones y su correspondiente divulgación.

3. Lineamientos generales.

Todas las publicaciones de la Universidad Autónoma Metropolitana, independientemente de su origen o naturaleza, deberán atender los siguientes lineamientos con respecto a:

3.1. Programación y financiamiento.

La labor editorial de la Universidad, unidades o divisiones, debe realizarse en base a un programa anual de publicaciones, que considere e incluya:

- a) Identificación del tipo de material a publicar;
- b) Área de conocimiento;
- c) Instancia responsable;
- ch) Periodicidad o fecha de publicación;
- d) Tiraje;
- e) Costo;
- f) Partida presupuestal aplicable;
- g) Tipo de distribución.

3.2. Periodicidad y tiraje.

La política que se seguirá para determinar la frecuencia de aparición de las publicaciones periódicas y seriadas (boletines informativos, cuadernos universitarios, reportes y revistas especializadas), será determinada por la instancia responsable, de acuerdo a los recursos financieros y a la especialidad de la publicación. Esto último, en atención a una estimación de la producción científica o humanística que permita mantener la periodicidad, dentro de límites aceptables de calidad.

Los tirajes se fijarán de acuerdo a los lectores potenciales a quienes se hará llegar.

3.3. Distribución y venta.

Las publicaciones deberán ser distribuidas para su venta, bajo la responsabilidad de la instancia que las edite, correspondiendo al Patronato autorizar los precios de venta.

Deberá destinarse un porcentaje del tiraje para divulgación y difusión, incluyendo a las bibliotecas de la Universidad, al Rector General, al Secretario General y a los Rectores y Secretarios de Unidad.

3.4. Formato y uso de logotipo.

Los formatos de cada publicación, serán determinados por cada una de las instancias responsables de su edición. Se debe destacar, invariablemente, el logotipo de la Universidad, sobre cualquier diseño de portada. Asimismo, se identificará en la portada como publicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, incluyendo en tipos de menor tamaño cualquier otro dato que permita conocer la unidad y/o división que la produce, siguiendo los bocetos anexos que señalan las proporciones.

3.5. ISBN (International Standard Book Number).

Con excepción del material didáctico para consumo interno, los folletos, series informativas y boletines, todas las publicaciones de la Universidad deberán incluir el ISBN, como número de control para efectos de distribución. La asignación de dicho número será responsabilidad del Departamento de Publicaciones dependiente de la Dirección de Administración, a petición de cada unidad.

3.6. Créditos.

Todo trabajo publicado deberá dar el crédito correspondiente al autor o autores.

El pago de derechos de autor se efectuará conforme a lo que se estipule en disposición específica.

3.7. Consejos Editoriales.

Cada una de las instancias responsables de la edición de una o varias publicaciones, excepción de los Reportes de Investigación, deberá contar con un Consejo Editorial que tenderá a integrarse similarmente al Comité Editorial de la Universidad. Asimismo, los miembros de los consejos editoriales tendrán las características y cumplirán con las funciones previstas para los del Comité.

Naucalpan de Juárez, Edo., de México a 28 de octubre de 1982.

A t e n t a m e n t e
Casa abierta al tiempo

MTRO. JORGE RUIZ DUEÑAS
SECRETARIO GENERAL

LINEAMIENTOS GENERALES PARA EL USO DEL LOGOTIPO/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

1. El conjunto de Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, es una unidad indisoluble.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

2. En el conjunto Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, deberá ir el nombre de la Institución en el tipo Univers en que fue diseñado.
3. Al conjunto Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, no podrá añadirse ningún elemento ajeno.
4. En los casos donde sea necesario dar información tal como el nombre de alguna de las unidades, dirección o departamento, ésta sólo podrá ir en la parte inferior del Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, alineado a la derecha y en tipo Univers. Esta información puede ir en cierre de altas o en altas y bajas, siempre y cuando la proporción en relación con los puntos de UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA no sea mayor al 50%. Por ejemplo, si el Logo/UAM está en 36 puntos, la adscripción no debe ir en más de 18 puntos.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Dirección de Difusión Cultural/Departamento Editorial

5. Cuando se añada esta información, el punto de referencia para medir la ubicación del Logo/UAM será la base de la línea inferior añadida al original.
6. En los casos de los originales pequeños, tales como invitaciones, programas de mano, etc., es conveniente subir el Logo, ya sea alineado a la izquierda o centrado, aumentando el tamaño de éste para evitar que el lema "Casa abierta al tiempo" sea ilegible.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Cuidando que la distancia entre la base del Logo y del cuerpo de la letra de “Casa abierta al tiempo” sea entre la base de “Casa abierta al tiempo” y la terminación de UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA.



LIBROS, REVISTAS, CATALOGOS,
FOLLETOS Y ÓRGANOS INFORMATIVOS

1. El conjunto Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA debe aparecer siempre en la portada o primera de forros.
2. El Logotipo/UAM deberá ir invariablemente en posición horizontal.
3. La dimensión del Logotipo/UAM puede variar a elección del diseñador, siempre y cuando no sea inferior al 50% ni mayor del 85% de las dimensiones de la base de la publicación. Por ejemplo: si un libro mide en su base 14 cm., el Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA puede variar de 7 cm. a 11.9 cm. Estas medidas son las más convenientes porque de usarse éste más pequeño ya no sería clara la presencia de la Institución en la publicación, y de usarse más grande del 80% el Logotipo/UAM no contaría con el mínimo espacio que requiere a los lados como soporte visual.
4. El Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA deberá ir colocado siempre al pie de la publicación y con una distancia no menor de 1cm. entre la base de la tipografía del Logo/UAM y la línea de corte. De corte menos espacio, éste quedaría sin el mínimo aire que requiere para integrarse al formato de la publicación. Sólo en el caso de los Órganos Informativos, puede ir en la parte superior de la portada, puesto que es el mismo Logo/ UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA el que da título a la publicación.
5. El Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA podrá ir centrado en cualquiera de estas publicaciones, así como alineado a la derecha o a la izquierda, pero conservando una distancia mínima de 1 cm., hacia el corte o hacia el doblado del lomo respectivamente.
6. El Logotipo deberá ir en todas las publicaciones con lomo, ya sea en la base o en la parte superior. En caso de que se use en la base, éste deberá ir correctamente alineado con el Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA de la portada, y en caso de que se use en la parte superior tendrá que conservarse una distancia mínima de 1 cm., entre el corte y la terminación del Logotipo.
7. El Logotipo en los lomos deberá ir siempre en posición horizontal, abarcando el 70% de las dimensiones del lomo y debidamente centrada. Por ejemplo: si el lomo mide 1 cm., el Logotipo deberá medir 7 mm., y hacia los lados deberán restar 1.5 mm. respectivamente.

8. El Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA deberá estar también en la página legal de los libros y en la página de créditos en las revistas, catálogos y folletos. Este tendrá que anteceder a los créditos institucionales y conservando en éstas páginas la misma proporción con respecto a la primera de forros.
9. El Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA podrá usarse opcionalmente en la cuarta de forros o contraportada conservando las mismas características que en la primera de forros.
10. El uso del color en las publicaciones deberá buscar siempre que el Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA destaque. En los casos de las publicaciones donde el fondo será en un color claro o blanco, el Logotipo/UAM deberá ir impreso en tinta negra, y de no usarse éste tono tendrá que imprimirse en el color más oscuro empleado en el diseño de la portada. En las portadas donde se trabaje sobre fondos oscuros el Logotipo/UAM deberá entonces calarse sobre el color del papel. En los casos donde se recurra a un recuadro de color para identificar el Logotipo/UAM, éste tendrá que ser negro para Rectoría General, rojo para la Unidad Azcapotzalco, verde para la Unidad Iztapalapa y azul para la Unidad Xochimilco.

CARTELES

1. El Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA deberá invariablemente aparecer en todos los carteles de la Universidad.
2. El Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA puede variar o elección del diseñador siempre y cuando no sea menor al 60% ni mayor del 85% de las dimensiones de la base del cartel.
3. El Logotipo/UAM deberá ir invariablemente en posición horizontal.
4. En la colocación del Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA dentro de la composición de cartel, deberá evitarse que se mezcle con los elementos propios del diseño y que ocupe un espacio propio e independiente para su mejor identificación.
5. El uso del color en el diseño de cartel deberá buscar que el Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA destaque. En los carteles donde se use como fondo el color del papel o se imprima en colores claros, el Logotipo/UAM deberá ir impreso en tinta negra, y de no usarse este tono tendrá que ir en el color más oscuro empleado en el diseño del cartel. En los carteles donde se trabaje sobre fondos oscuros el Logotipo/UAM deberá entonces calarse sobre el color del papel.

En los casos donde se use un recuadro de color para identificar el Logotipo/UAM, éste tendrá que ser negro para Rectoría General, rojo para la Unidad Azcapotzalco, verde para la Unidad Iztapalapa y azul para la Unidad Xochimilco.

INVITACIONES

1. En toda invitación a actividades de la Universidad, debe aparecer invariablemente el conjunto del Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA.
2. El Logotipo/UAM deberá ir siempre en posición horizontal.
3. La dimensión del Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA puede variar del 50% al 85% de las dimensiones de la base de la invitación.
4. El Logotipo/UAM puede ir en la portada de la invitación o en la parte posterior de ella.
5. El Logotipo/UAM deberá ir siempre antecediendo a los créditos de la Institución.
6. El Logotipo/UAM tendrá que ir impreso en tinta negra o en el tono más oscuro usado en el diseño de la invitación.

DIFUSIÓN EXTERNA

1. En todo original para difundir alguna actividad, publicación o texto de la Universidad debe ir invariablemente el Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA.
2. El Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA deberá ir en posición horizontal.
3. La dimensión del Logotipo/UAM puede variar del 50% al 85% de las dimensiones de la base del original.
4. El Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA deberá ir impreso siempre en tinta negra o en el tono más oscuro usado en el diseño del original.

PAPELERÍA

1. El único elemento central que puede ir en la parte superior de la papelería de la Universidad es el conjunto Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA. Toda información necesaria tal como unidad, dirección o departamento; domicilio, teléfono, etc. deberá ir en la parte inferior tanto en las hojas como en los sobres, tarjetas, etc.
2. El conjunto Logotipo/ UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA solo podrá ir impreso en tinta negra, tal como se ha hecho desde la creación de la Universidad.
3. El conjunto Logotipo/UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA deberá ir invariablemente en posición horizontal.

LINEAMIENTOS PARA EL USO Y APLICACIÓN DEL MONOGRAMA Y EL LOGOTIPO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, EN LA PORTADA DE LIBROS Y PUBLICACIONES PERIÓDICAS

TERMINOLOGÍA.

Monograma.	Conjunto de siglas agrupadas en un solo grafismo.
Logotipo.	Tipografía característica con la que se escribe el nombre de la Institución.
M.L.	Monograma-Logotipo. El monograma deberá ubicarse al lado izquierdo del logotipo, conservando ambos la misma altura. El tipo de letra con el cual deberá escribirse el logotipo será, invariablemente, Univers. El monograma y el logotipo serán una unidad indisoluble. (Gráfica 1).

DIMENSIÓN.

1. La longitud máxima del M.L. en las publicaciones, corresponderá al 50% del lado inferior de la portada; lo que evitará la competencia visual entre el M.L. y el logotipo o el título de la publicación.
 2. El tamaño mínimo del M.L., será de 10.75 cm. (*) y se aplicará en las portadas cuya medida sea de/o menor de 21.5 cm. (Gráfica 2).
- (*) Medida equivalente al 50% de 21.5 cm., considerada como múltiplo en la fabricación de papel para las artes gráficas.

UBICACIÓN.

Para el diseño y composición de las portadas, se debe considerar:

1. El M.L. deberá aparecer en posición horizontal.
2. Podrá ubicarse al lado izquierdo, al centro o a la derecha de la portada, preferentemente en la parte inferior de la misma.

Como única excepción, el M.L. se podrá colocar bajo el logotipo de la publicación, dejando como interlínea (espacio entre el logo de la publicación y el M.L.) un medio de la altura del M.L., conservando los mismos criterios de longitud señalados.

3. El espacio que deberá existir entre el M.L. y el límite inferior de la portada, será invariablemente de 8 mm.

a) Cuando en la portada el M.L. vaya cargado a la izquierda, el margen izquierdo será de 11 mm. (Gráfica 1).

b) Cuando el M.L. se centre en la portada, los márgenes izquierdo y derecho, serán el equivalente a un cuarto de la longitud de la base. Esto es válido para las portadas que tengan como base 21.5 cm. o más. (Gráfica 4).

En el caso de las publicaciones con base menor de 21.5 cm., el M.L. será de 10.75 cm., mínimo permisible, el cual irá centrado, conservando un margen inferior de 8 mm.

c) Cuando en la portada el M.L. vaya cargado a la derecha, el margen derecho será de 11 mm.

De requerirse un margen lateral, izquierdo o derecho, mayor al señalado (11 mm.), será permisible, siempre y cuando corresponda al margen lateral de la caja tipográfica diseñada para la publicación. El margen inferior seguirá conservándose de 8 mm.

Naucalpan de Juárez, Edo., de México a 11 de Mayo de 1983.

A t e n t a m e n t e
Casa abierta al tiempo

MTRO. JORGE RUIZ DUEÑAS
SECRETARIO GENERAL