Kit Autores 2018

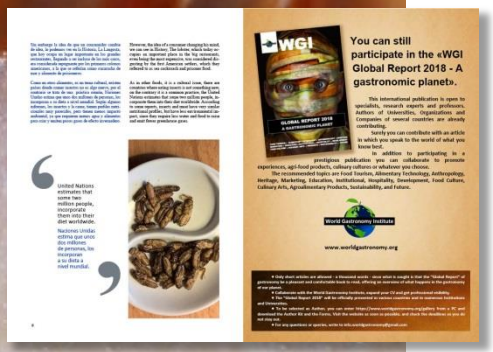
the monthly magazine with the most interesting about food.

---

el magazine mensual con lo más interesante de la gastronomía.

DEFINICIÓN

«**WORLD GASTRONOMIC MAGAZINE**» -conocida también por sus siglas «**WGM**»-, surge ante la demanda de una **revista internacional especializada en gastronomía** de referencia en los ámbitos de la investigación y la promoción.



La publicación es un **magazine de divulgación cultural, científica y de entretenimiento**, que contiene artículos temáticos y reportajes que cubren todo el espectro de la relación del ser humano con la comida.

Un cuidado diseño, elegante y clásico, que facilita la lectura y comprensión al lector y es un excelente soporte de comunicación para mensajes institucionales y comerciales.

WGM tiene como lema la frase «***WHAT ON FOOD?***» (¿Qué ocurre en la Gastronomía?) y se define como atemporal, no pretender reflejar la actualidad rigurosa y lo mismo puede informar sobre un hecho acontecido recientemente que preocuparse de teorías seculares o contar la historia de una elaboración o empresa.

La línea editorial de WGM coincide plenamente con la Misión y Valores de la prestigiosa entidad transnacional **World Gastronomy Institute** ya que actúa de facto como *Órgano Oficial de Difusión* de esta Organización. Como herramienta institucional, el magazine aspira a colaborar en objetivos concordantes con la llamada ´gastrodiplomacia`: «el uso de los alimentos y la cocina actúa como un instrumento para crear el entendimiento intercultural con la esperanza de mejorar la interacción y la cooperación».

FORMATO

WGM es un contenedor de informaciones, con periodicidad **mensual**, y de edición completamente **bilingüe** en inglés y español. Está previsto lanzar ocasionalmente ediciones especiales de monográficos

La publicación tiene una edición de limitada prestigio **en papel**, distribuida bajo pedido, y tiene una versión **digital** enfocada a la experiencia individual del lector y a la conectividad en Social Media 3.0. El magazine digital se distribuye en formato PDF mediante lista de correo (suscripción) y **online** alojada en la web oficial **WWW.WORLDGASTRONOMY.ORG/WGM**. También cuenta con una versión ´**User´s Interface**` con los artículos alojados individualmente, que permite que los lectores accedan a los contenidos mediante acción directa o a través de buscadores, logrando así audiencias acumuladas en el tiempo y que el mensaje de un anunciante o sponsor siga siendo visualizado muchos meses después de haber sido publicado.

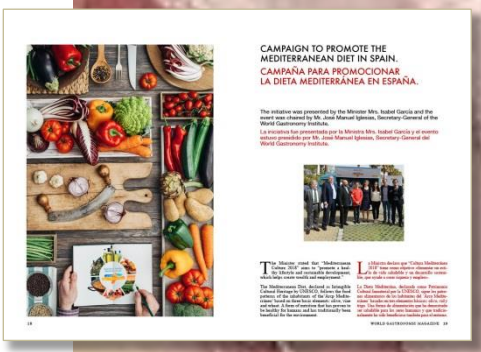
El número de páginas se establece en cada número dependiendo de las fluctuaciones informativas y coyunturales, la publicación de artículos de excepción y la publicidad contratada, si bien existe una horquilla inicial de **entre 72 y 120-160 páginas.**

CONTENIDOS

El magazine está diseñado por Sylvester Newell & Co. en colaboración con el World Gastronomy Institute, como una publicación informativa y formativa de alto prestigio, tanto por la excelencia y rigurosidad de sus contenidos -gracias a la seriedad de las fuentes-, como por las firmas de los colaboradores, seleccionados entre los máximos responsables institucionales de las temáticas tratadas, expertos internacionales e importantes académicos.

El índice de «WGM» se estructura con **Artículos** de lectura independiente sobre temáticas como:

- **Productos Alimentarios**
- **Turismo Gastronómico**
- **Tecnología y Desarrollo**
- **Marketing**
- **Políticas y Mercados**
- **Antropología**
- **Diversidad,**
- **Sector Profesional**
- **Salud**
- **Patrimonio Cultural**
- **Sostenibilidad**
- **Institucional**



El magazine también cuenta con **Secciones** estables (no necesariamente fijas) entre las que se encuentran:

- FOOD TRENDS –Noticias de Negocios Economía y Marketing.
- HAUTE CUISINE - El Chef y su Receta
- COCTELES CONN HISTORIA
- MUNDO INSÓLITO
- COFFEE & TEA
- BEBIDAS ALCOHÓLICAS TRADICIONALES – Vino, Licores, Cerveza y Más.
- THE GOURMET LOOK
- TURISMO GASTRONÓMICO
- TOP RANKINGS… Y MÁS.

TARGET

El magazine está **dirigido a diferentes Públicos**, entre los que figuran los lectores interesados en la gastronomía por cualquier motivación, que puede ir desde la mera curiosidad a la especialización técnica y profesional.

Según el estudio encargado por Sylvester Newell & Co, la expectativa para «WGM» es de una **AUDIENCIA estimada de entre 1.100.000 y 1.300.**000 lectores para cada artículo, en un plazo máximo de un año, y CRECIENTE gracias a la audiencia acumulada, puesto que los artículos tendrán una larga vida al estar alojados de forma permanente y accesible por internet.

Por tanto, «WGM» es un canal de comunicación de interés para diversos sectores implicados que deseen acceder al mundo gastronómico, prescriptores, empresas, público general y entorno institucional.

Todos los contenidos de «WGM» están disponibles en inglés y español, accediendo así a un **mercado global sin parangón:** 572 Millones de personas hablan español en el mundo,; el Inglés es idioma oficial en 55 países y lo hablan entre 400 y 800 millones e personas, sumando idioma nativo y lengua secundaria.

WORLD GASTRONOMIC MAGAZINE

WHAT ON FOOD?

INFORMACIÓN, NORMAS Y CONSEJOS PARA AUTORES

MANUSCRITOS Y ENVÍO

● Los manuscritos deben enviarse a wgm.magazine@gmail.com, acompañados siempre del material anexo requerido. En el email se pondrá en ASUNTO «MANUSCRITO MAGAZINE».

● Los originales deben enviarse en el procesador de textos de Word (Windows), en cualquier versión posterior a 2007 y copia en formato PDF. El documento deberá estar abierto y sin proteger para poder ser manipulado para su **maquetación.**
El Manuscrito se procesará en tipografía de la fuente por defecto de Windows tipo «CALIBRI» en el tamaño de cuerpo 12 pt. Espaciado normal, simple, justificado (alineado a izda. y dcha.), y sin tabulaciones ni espacios especiales.

● No se ha marcado una **EXTENSIÓN** regulada para los artículos de WGM. Sii bien la media de un artículo puede ir de las 300 a las 1200 palabras, es posible publicar artículos de mayor o menor extensión, siempre de acuerdo con el Equipo de Redacción del magazine. Por tanto, se recomienda consultar en cada caso.
Como referencia, en el procesador Word de Windows, en tipografía Calibri en el tamaño de fuente cuerpo 12, sale una media de 16 palabras por renglón.

● **IDIOMA**: «WGM» es un magazine bilingüe editado en español e inglés, por lo que TODOS los artículos y comunicaciones –exceptuando la publicidad- deben tener versión en ambos idiomas. Se ruega a todos los Autores y Colaboradores que envíen sus contribuciones ya editadas en inglés y en español. En el caso de que WGM acepte que sólo las envíen en un idioma, no podrán realizar reclamaciones acerca de la traducción. Las traducciones deberán realizarse de acuerdo a las reglas gramaticales y sintácticas lógicas y habituales, no aceptándose las traducciones automáticas.

● **TEMÁTICAS**: Los artículos recibidos deberán tratar sobre la temática fundamental del magazine, la gastronomía en cualquiera de sus modos o manifestaciones, preferiblemente si pueden encajarse en algunas de las clasificaciones descritas en el apartado ´Contenidos` de este folder. Todas las colaboraciones están sujetas a la aprobación del Equipo de Redacción, en función de criterios como coyuntura editorial, idoneidad, pertinencia, legibilidad, calidad técnica y correspondencia con las normativas de publicación de la revista.

ANEXOS REQUERIDOS

● **Ficha de Identificación de Autor:** El autor debe remitir en documento anexo o por email los siguientes datos:
Nombre / Apellido y ***cargo profesional*** (tal y como quiere que aparezca en la firma del artículo). --- Nacionalidad y Nº de Identidad / Pasaporte --- Teléfono y email de contacto

● **Copyright: Declaración de Autoría:** Cuando los Autores envían a WGM sus contribuciones por email realizan de facto una Declaración de Autoría, certificando que están escritos por ellos y asumiendo personalmente cualquier queja o reclamación por intertextualizaciones, plagio o similares.

● **Derechos de Publicación:** Los Autores de los artículos publicados en «WGM» son recibidos como «COLABORACIONES» y en ningún caso serán remunerados por sus artículos. Al enviar los artículos como contribuciones altruistas, asumen que «Los Autores ceden al WGI los Derechos de Publicación de su Artículo, sin limitación geográfica o temporal y de forma universal dentro de la categoría de colaborador voluntario». Por defecto, los autores se comprometen al enviar sus manuscritos a no reproducirlos en otras publicaciones periódicas y a solicitar la aprobación de WGM para otro tipo de publicaciones técnicas, para su reproducción en otro tipo de soportes, incluidos los docentes y académicos; igualmente, se comprometen a citar a la revista WGM cuando se acuerde su re-publicación en otros soportes.

● **Atribución:** El nombre y apellido del Autor aparecerá tanto en el artículo como en la mancheta de créditos del magazine, de acuerdo a los datos proporcionados por el propio Autor.

● **Ficha del Artículo:** Se indicarán, en este orden, los siguientes datos: Sugerencia de Título (en español e inglés) del artículo, procurando que no supere 10 palabras en cada idioma. Sugerencia de frases destacadas y sugerencia de varios TAGS (descriptores o palabras clave) que identifiquen el contenido del artículo para su posicionamiento online en los buscadores de internet; igualmente, en español y en inglés.

● **Fotografías e Imágenes** Se solicita a los Autores que aporten fotografías e imágenes que ilustren su Artículo, especialmente cuando esté en su mano la utilización y autorización de publicación de imágenes que sean el propio Autor o bien propiedad de una Entidad o Institución con la que colaboren. O que seleccionen imágenes que estén libres de derechos por Licencia Common (CCO). En este caso, se solicita que se aporten los datos de Copyright para incluirlos como referencia.. Las imágenes deben ser de alta calidad y preferiblemente se aportarán en archivo electrónico en formato JPG, JPEG, TIF, GIF o PNG, en Alta Resolución (300 ppp).