

27  
29



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**GUIA PRACTICA PARA ELABORAR  
REVISTAS**

**T E S I S**  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE :  
**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION**  
**P R E S E N T A :**  
**FRANCISCA ROBLES**

México, D. F.

Julio de 1987



## **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 está 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.

## **C O N T E N I D O**

|                                 |           |
|---------------------------------|-----------|
| <b>DEDICATORIAS</b>             | <b>A</b>  |
| <b>AGRADECIMIENTOS</b>          | <b>B</b>  |
| <b>INTRODUCCION</b>             | <b>1</b>  |
| <b>1. LA REVISTA</b>            | <b>3</b>  |
| <b>2. EL PROYECTO</b>           | <b>6</b>  |
| <b>3. ETAPAS DE ELABORACION</b> | <b>25</b> |
| <b>4. ESTUDIO DE CASO</b>       | <b>59</b> |
| <b>CONCLUSIONES</b>             | <b>87</b> |
| <b>FUENTES</b>                  | <b>89</b> |
| <b>GLOSARIO</b>                 | <b>91</b> |

## INTRODUCCION

---

La revista es una forma tradicional del periodismo impreso, cuya elaboración implica el seguimiento de diversas etapas y la integración de conocimientos de periodismo, diseño gráfico, impresión y acabado de impresos.

El objetivo de este trabajo es dar a conocer y orientar sobre las etapas de elaboración de revistas, desde el punto de vista de la forma, más que del contenido.

Aunque las etapas de elaboración constituyen la base de esta guía, se consideró necesario informar sobre algunos aspectos generales acerca de las revistas y los elementos fundamentales de un proyecto. El trabajo se complementa con la explicación de la forma en que se realiza una revista especializada (estudio de caso) y un glosario de términos usuales en la actividad.

El sistema de impresión que se consideró fue el offset. No obstante, las etapas pueden aplicarse en términos generales, a otra forma de impresión.

Con este trabajo se pretende hacer una aportación al área de edición de revistas, sobre aspectos que tradicionalmente se encargan al diseñador gráfico o al impresor, porque se piensa que un periodista sólo sabe escribir. Pero es importante demostrar que además de escribir, al periodista le interesa el destino final de los mensajes que elabora, es decir, su presentación impresa.

Para la mejor asimilación de los mensajes, tanto cuantitativa como cualitativamente, es importante que la presentación sea funcional y se realice con fines comunicativos y no meramente estéticos.

Los aspectos técnicos no deben ser desconocidos por el profesional del periodismo impreso, deben integrarse. No sólo en cuestión de reproducir mensajes, sino de lograr la asimilación de los mismos, de crear y comunicar.

Esta guía es sólo un punto de partida para quienes se interesan en esta actividad del periodismo. Se dan indicaciones que de ninguna manera constituyen una lista de esquemas rígidos, sino que se ofrecen como una serie de constantes en el proceso de elaboración de revistas.

Para realizar este trabajo fue necesario conjuntar, organizar y sistematizar conocimientos adquiridos con la práctica, la observación y la experiencia obtenida al supervisar durante cuatro años la revista oficial de la Cámara Nacional de la Industria de Artes Gráficas. Asimismo, se revisó bibliografía especializada y actualizada y se entrevistó a personal técnico con experiencia en diferentes etapas del proceso.

Para lograr un conocimiento integral: se incursionó en todas las áreas relacionadas con la actividad, se visitaron editoriales y talleres y se cotejó la información propuesta en esta guía con la efectuada en algunas revistas.

Las etapas que se presentan fueron comprobadas en la realización de revistas a cargo de: Grupo Madero (Universidad de México, Nexos, Vuelta, URSS), Grupo Siete (Hoy, Signore, Geografía Universal), Editorial Uno (Tiempo Libre), Grupo Editorial Bravo (Perfumería Moderna, Pan) y Difusión Editorial Feminista (FEM).

La elaboración de este trabajo ha dado por resultado la posibilidad de impartir cursos sobre diseño editorial<sup>(1)</sup> para la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, como parte de su programa de capacitación permanente.

El trabajo se inició en 1984 y se reinició en 1986, aunque la autora ha dejado de colaborar con la Cámara Nacional de la Industria de Artes Gráficas, el sistema de trabajo constituye el manual editorial que se sigue hasta la fecha y cuya parte esencial se presenta en el estudio de caso.

---

(1) El objetivo de estos cursos es aportar elementos para que el diseño editorial sea funcional y estético, es decir, comunicativo.

## 1. LA REVISTA

---

El periodismo impreso se presenta tradicionalmente en dos formas: diario y revista. Las dos dan a conocer, analizan y valoran públicamente la información que reciben. En el diario el mayor volumen de información es noticiosa, mientras que en la revista es interpretada y de opinión.

### 1.1. Definición

La revista es una publicación impresa, bajo un título permanente y según una periodicidad definida, presentada en forma de cuadernillo de varias hojas, con portada y contraportada. Puede ser de diferente tamaño aunque el más común es carta. Su nombre deriva de revisar, rever, es decir, volver a ver para revisar en este caso información que puede o no ser noticiosa.

La revista contiene principalmente opiniones e interpretaciones, tanto de hechos que (la mayoría de las veces) ya fueron noticia, como de temas diversos.

Una revista puede enfocarse a:

- analizar y criticar situaciones
- resaltar la significación o trascendencia de los hechos
- exponer y profundizar en un tema
- proporcionar entretenimiento y diversión

Así, la revista tendrá funciones informativas, de orientación o de pasatiempo (todas o alguna/s), dependiendo de sus objetivos y del público al que se dirige. No obstante, la principal función es la de orientación, ya que presenta o puede presentar los hechos analizados para darles contexto y significación. De esta manera la revista compete no con noticias ni con temas, sino con la revisión que se hace de ellos y con la orientación que se desprende del enfoque dado.

### 1.2 Clases

En nuestro país existen diversas revistas, las cuales se pueden clasificar según su público, o según su contenido. Si el público es el que hace la diferencia, se encuentran revistas dirigidas a:

- niños y adolescentes (Coqueta, Tú, revistas de historietas como Superman, Archí, entre otras)
- mujeres que trabajan (Activa, Vanidades, Claudia, Kena, etc.)
- amas de casa (Buena Vida, Buenhogar, Ideas para su hogar)
- hombres ejecutivos (Expansión, Playboy)
- hombres no ejecutivos (Mecánica popular, Hágalo ud. mismo)
- toda la familia (Selecciones, Contenido, Teleguía)

Si el público tiene alguna especialidad, encontramos revistas para médicos (Actualidades Médicas, Panorama Médico), ingenieros (Ingeniería civil, Ingeniería mecánica y eléctrica), contadores, economistas, impresores. Podría decirse que por cada especialidad hay como mínimo una revista.

Por su contenido se hayan: revistas de información y análisis (Proceso, Hoy, Impacto, Plural, Jueves de Excelsior, Revista de Revistas); deportivas - - (Acción, Automundo deportivo); musicales (Ritmo, Sonido); turísticas (México Desconocido, Mundo Turístico); de fotografía (Fotozoom); de geografía (Geografía Universal, Geomundo); de literatura (Vuelta, El Cuento); de modas - - (Última Moda); de información científica y tecnológica (Informática, Ciencia y Desarrollo, Información científica y tecnológica).

Existen además revistas institucionales dirigidas a una comunidad específica, por ejemplo, la revista Universidad de México. Las tienen también las cámaras de industria, las cámaras de comercio y otras instituciones públicas y privadas, que a través de una revista satisfacen sus necesidades de comunicación interna o externa.

Se podría decir que hay una revista para cada tipo de persona o bien, para cada actividad o interés que exista. Solamente se expusieron algunos ejemplos para tener una idea del inmenso mercado de las revistas y su público.

### 1.3. Requisitos legales

En nuestro país, para que pueda circular una revista se requiere:

- 1° Contar con un certificado de licitud de contenido, expedido por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación.
- 2° Tener la autorización para el uso del título y logotipo (características gráficas), de la Dirección General de Derechos de Autor de la Secretaría de Educación Pública
- 3° Si se desean obtener descuentos en las tarifas postales, se registrará como correspondencia de segunda clase, ante la Dirección de Análisis, Registro y Control de Servicios de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
- 4° Contará con un directorio, indicando el nombre de las personas responsables de la publicación, así como el nombre y la dirección de la imprenta donde se realice.

Todos estos datos deben aparecer en cada publicación, en un lugar especial y visible.

Se pueden añadir otros créditos, tales como: diseño, encuadernación, fotocomposición, etc. Los créditos de los responsables tanto de la publicación, como de la información que contenga cada número, también deben aparecer invariablemente.



## 2. EL PROYECTO PARA UNA REVISTA

Toda revista surge de una idea, la cual debe responder a exigencias básicas: qué decir, cómo decirlo, quiénes lo dirán, a quiénes decirlo. Asimismo, tendrá factores determinantes, ya sea de carácter ideológico, mercantil o geográfico (todos o alguno/s).

Una revista no podrá hacerse sin un proyecto que la anteceda, éste constituye la primera y más importante etapa.

El proyecto es indispensable, tanto para una revista que por primera vez saldrá al público, como para una ya existente que esté próxima a tener modificaciones de cualquier índole.

El proyecto, una vez aprobado, se convierte en un manual operativo en el que se especifican: objetivos, características, tiraje, circulación, organización editorial y costo aproximado. También se incluye la descripción de funciones, responsabilidades y dependencias.

Una revista que ya se está publicando, probablemente cuenta con su manual operativo, el cual deberá estudiarse detenidamente. De no ser así, conviene preparar uno para facilitar el seguimiento y la correcta ejecución de las etapas de elaboración de la revista.

El punto inicial del proyecto es definir los objetivos, al hacerlo, es conveniente pensar en los recursos que se necesitan para realizar la revista.

Los principales recursos que deben considerarse son:

- personal: tendrá que integrarse un equipo de trabajo capaz de funcionar con eficiencia, responsabilidad y profesionalismo, cubriéndose el área editorial (redacción, diseño, fotografía), administrativa (contabilidad, ventas) y de producción.
- equipo y materiales: puede plantearse la adquisición de alguna parte del equipo y ahorrar tiempo y costos. El equipo y los materiales se eligen tomando en cuenta la calidad que se desea obtener. Si no se puede adquirir ninguna parte del equipo, se recurre a los maquiladores.

- tiempo: es conveniente trabajar con cierta holgura, cuando se trabaja con prisas (contra el tiempo) siempre resultan errores que, de haber tiempo suficiente, no se cometerían.
- dinero: debe definirse el tipo de capital y su manejo. Esto incluye formas de patrocinio o de inversión directa para obtener ingresos y utilidades con la venta de publicidad y de ejemplares en circulación.

Los recursos son tan importantes como la delimitación de objetivos.

## 2.1. Objetivos

La esencia del proyecto de una revista son sus objetivos. Estos una vez aprobados, no deben perderse de vista. Básicamente responderán a las siguientes preguntas:

- ¿Por qué se quiere hacer una revista?. Es importante tener claro el concepto de revista y analizar si es el medio ideal para lo que se quiere comunicar. Tal vez exista alguna equivocación y para dicha finalidad sirva un boletín o una gaceta y, aunque los procesos de elaboración son similares (ya que también son medios de comunicación impresa), los resultados no son los mismos.
- ¿Por qué surge la revista, a qué intereses responde?. La revista surge debido a una necesidad de comunicación muy amplia y conlleva intereses ideológicos o mercantiles. El boletín y la gaceta satisfacen necesidades de comunicación más limitadas.
- ¿Qué clase de revista?. Hay muchas clases de revistas. Ya se vio que éstas se pueden clasificar según su público o su contenido. En la actualidad hay tantas revistas como actividades y profesiones.
- ¿Cuáles serán sus funciones?. Una revista puede cumplir todas o alguna/s de las siguientes funciones: informar, orientar, educar, entretener o divertir.
- ¿Cómo será la revista?. La revista tendrá una presentación específica: tamaño, papel, impresión y acabado.

## 2.2. Características

Una revista, se caracteriza por su contenido, su presentación, su periodicidad y su tiraje (este último, está en función de la circulación).

### 2.2.1. De contenido

La naturaleza del contenido puede ser diversa, tanto en temas como en tratamiento de los mismos. Al definir que clase de revista se hará, se dan lineamientos generales del contenido. Sus partes fundamentales son:

- Portada: expresa con imágenes y títulos, uno o más detalles de las páginas interiores; lleva en un lugar permanente su logotipo y su título; debe informar y atraer la atención. Con ella se establece el primer contacto del público con la revista y puede ser de aceptación o rechazo.
- Editorial: en él se plasman puntos de vista de los editores sobre un acontecimiento o tema especial. Cuando no se incluye editorial, la opinión se refleja en el tratamiento de los mensajes que pueden seguir una "línea" marcada por los editores o ser responsabilidad de los autores.
- Secciones: éstas tienen (cada una) varias páginas; normalmente se da más espacio a lo que se considera más importante. Las secciones pueden ser fijas o variables y en ellas se abordan los temas que conforman el contenido, que puede ser tratado utilizando cualquier género periodístico o literario, o bien, alguna otra forma de expresión escrita.

Las fotografías, dibujos, cuadros, colores e ilustraciones en general, constituyen recursos para informar por sí mismos o para complementar o ilustrar la información escrita.

### 2.2.2. De presentación

Una revista se caracteriza por su presentación física y gráfica.

La presentación física delimita el tamaño de la revista. Las medidas comerciales son 21 x 28 cms. (carta) y 21 x 14 cms. (media carta). Sin embargo, puede ser cualquier otro. Sólo se tendrán presentes las medidas y múltiplos de los pliegos de los papeles de impresión, los cuales influyen al definir el número de páginas, mismas que, por razones técnicas y de dobléz, resultarán en múltiplos de cuatro (16, 24, 32, 48). O sea que un pliego se puede dividir en partes iguales de tamaño en esas cantidades.

La elección del papel es determinante para la asimilación del mensaje y la presentación del impreso. Se tomará en cuenta la calidad que se quiere obtener, la tersura de la superficie, la blancura, opacidad, gramaje y costo, así como el sistema de impresión.

Para los forros (cubiertas), generalmente se usa un papel más grueso que para los interiores, o en su defecto, se utiliza el mismo, pero se protege con una capa de barniz o de plástico.

La presentación gráfica marca pautas para el diseño y la impresión.

El diseño es la planeación física y gráfica de lo que se quiere presentar, su propósito es presentar un mensaje a un público, de la forma más clara posible y traducido visualmente, de manera organizada. Al diseñar debe prevalecer la preocupación de lo que se comunica, a quién se comunica y cómo se comunica, sin dividir niveles estéticos, técnicos (de impresión) y periodísticos, sino conjuntándolos.

Al diseñar una revista, se tendrá conciencia de que el trabajo será sometido a posteriores procedimientos, de los cuales se tiene que entender para preparar instrucciones.

A nivel general el diseño toma en cuenta:

1. Tamaño de la revista: incluye medida de la página y medida de la caja tipo gráfica (rectángulo de medidas menores que las de la página, que señala el límite para texto, tanto por razones estéticas, como para prever que ningún texto pueda ser mutilado por las cuchillas que refinan la revista).
2. Tipografía (letra) que se empleará, considerando el interlineado (espacio entre líneas) y ancho de las columnas, pero más que nada la "familia" tipográfica para texto y para títulos.
3. Material gráfico: fotografías, ilustraciones, gráficas.
4. Blancos (superficies no impresas de las páginas) o colores de fondo.
5. Papel, considerando clase, medidas y funcionalidad.
6. Método de reproducción a utilizarse (generalmente se emplea el offset).
7. Acabado (encuadernación de lomo o de caballete, laminado o barnizado de forros).

El diseño se trabaja principalmente para páginas específicas, por ejemplo: la primera de forros o portada, páginas dobles (par e impar enfrentadas), in formación especial que ocupa varias páginas.

Respecto a las páginas interiores, se diseñan las diferentes posibilidades de diagramación que se puedan utilizar.

Parte importante del diseño es la elaboración del dummy<sup>(2)</sup> éste puede ser:

- Esquemático: es un bosquejo sencillo. Se coloca la guía de cada página y/o los colores o tintas que lleva. Se conoce también como dummy de impresión (o boceto) porque es auxiliar del impresor al formar los negativos en pliegos, planear el acabado y calcular el papel.
- De líneas generales: en él se determinan proporciones y disposición de las áreas de texto e imágenes y títulos principales.
- Sistemático: éste es ya un verdadero boceto que hace el efecto de impreso terminado.
- Diseñado: consiste en mostrar el dibujo completo y detallado del impreso ya como quedará, es el máximo acercamiento a lo que se quiere. Se hace utilizando "tipografía" de galeras u "originales" de offset.

La realización del dummy depende de las funciones e importancia del impreso. Una publicación especial requiere un sistemático o diseñado. Cuando se continúa algo establecido, se hará uno de líneas generales. La imprenta requiere un esquemático.

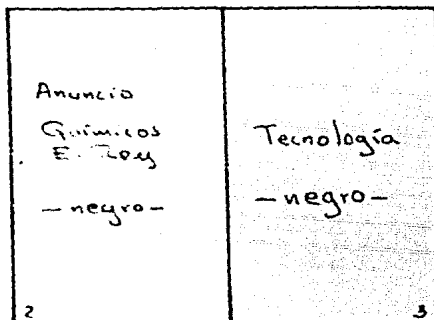
La creación del dummy es un arte en sí y puede determinar la aprobación o rechazo de una idea. Por ello, se realiza en conjunto, presentando la portada y las páginas interiores e indicando como se relaciona cada página con la siguiente, además, proporcionará la base para especificar el tipo, tamaño y posición de textos y fotografías o ilustraciones.

Los textos se pueden indicar con fotocopias (del muestrario) del tipo elegido, con textos ficticios autoadheribles o con trazos de líneas horizontales.

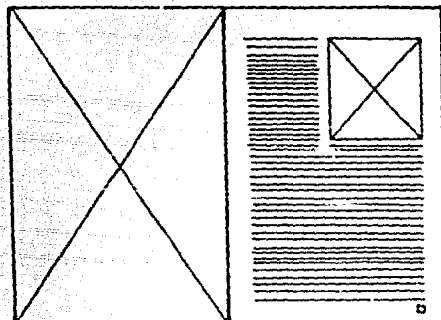
La revista finalmente es un impreso y como tal exige nitidez en su impresión. Asimismo, el dummy debe solucionar los detalles técnicos de dobleces y cortes por pliego de papel (la página forma parte de un pliego).

(2) Término inglés que significa diagrama, esquema, boceto o bosquejo. Se pluraliza como dummies y por ello algunas veces aparece como "dummie" y se pronuncia "dummi". Sin embargo el término "dummy" aparece en el Diccionario de términos periodísticos y gráficos inglés-español/español inglés publicado con los auspicios de la Sociedad Interamericana de Prensa.

## EJEMPLOS DE PAGINA DE DUMMY

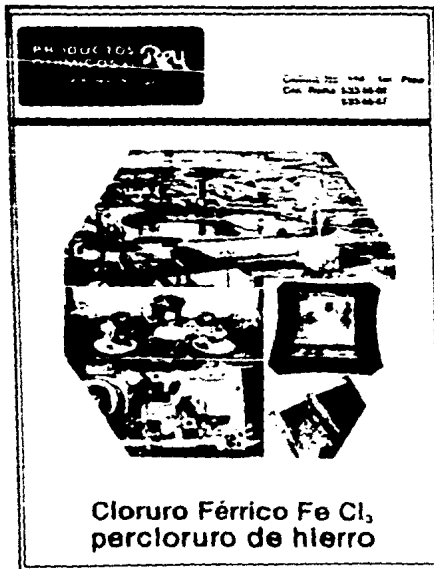


ESQUEMATICO



LINEAS GENERALES

## SISTEMATICO



Existen tres sistemas principales de impresión:

- En relieve: la superficie impresora es elevada por encima del nivel del resto de la plancha, la tinta aplicada a esta superficie es transferida al papel. La tipografía es la forma tradicional de la impresión en relieve y utiliza tipos de letras móviles o en líneas, éstas resultan de la composición en caliente, hecha con "metal de imprenta" (aleación de plomo, antimonio y estaño).

Actualmente existe el nylonprint, éste permite usar directamente la fotocomposición (composición en frío o fotográfica). El nylonprint utiliza una placa metálica recubierta de nylon.

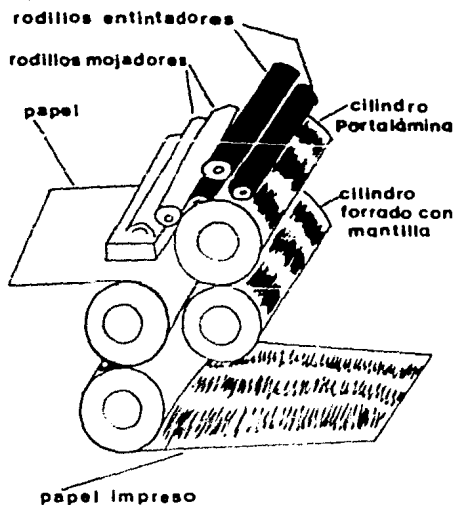
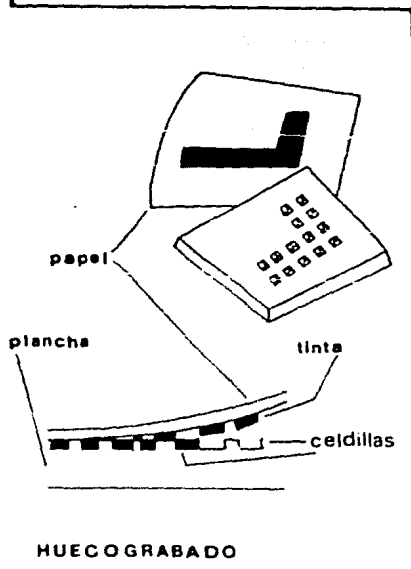
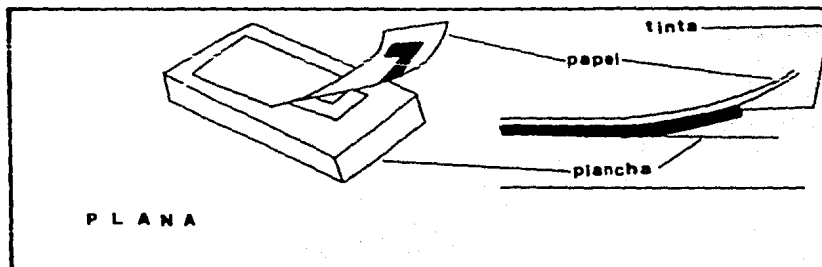
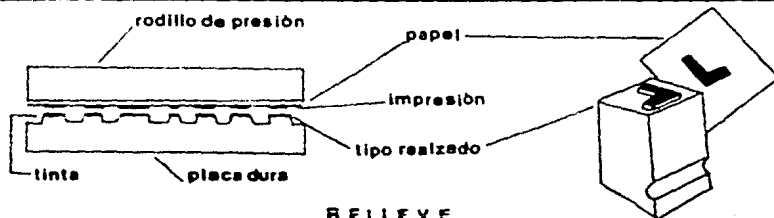
- Con matrices en hueco: el dibujo, ilustración o texto, es grabado en la superficie de la plancha impresora, la tinta que llena los huecos, es transferida al papel por adherencia. Su forma principal es el huecograbado o rotograbado. La calidad de impresión es excelente. Es recomendable y económico tratándose de tirajes extremadamente grandes, además acepta papeles de inferior calidad, (Jueves de Excelsior y Revista de revistas, se imprimen en este sistema).
- Con matrices planas: la superficie impresora se basa en la antipatía natural de la grasa y el agua. La superficie de impresión es plana y la tinta es transferida al papel por contacto (de la plancha pasa a una mantilla de ésta al papel). Su forma principal es el offset, el cual está considerado como un sistema de impresión de muy buena calidad.

Offset significa "colocar a parte", "fuera de". La razón es que el papel y la tinta (el rodillo que la contiene) nunca entran en contacto directo, sino que la impresión se logra a través de una mantilla de hule o caucho que recibe la tinta (del rodillo entintador) y la deposita en las áreas de papel (ver página 56).

En el offset las ilustraciones en blanco y negro y color son mejores que en tipografía, porque el negro es más sólido y utiliza pantallas más finas, también emplea papeles lisos, resultando así una impresión nítida y limpia.

Al decidir el sistema de impresión que se utilizará, debe pensarse en la calidad que se obtendrá, las exigencias del público y los costos. No obstante, la impresión en nuestro país en cualquiera de sus sistemas, tiene un nivel aceptable. Sin embargo, por razones de tiempo, economía y de calidad, el offset es el sistema más usual para la impresión de revistas.

## SISTEMAS DE IMPRESION





El sistema de impresión que se empleará, no puede separarse del tipo de papel elegido, el cual se fabrica en diferentes medidas y pesos. El peso es determinado en gramos por metro cuadrado, a menor gramaje corresponde menor grueso y viceversa. En cuanto a tamaños de papel, el pliego es la forma básica de cualquier formato. Las medidas más usadas en México son 57 x 87 cms., 61 x 90 cms. y 70 x 95 cms. Si es en rollos, la medida para interiores en el tamaño carta suele ser de 86 cms.

Es recomendable recordar que la blancura y tersura del papel permiten una impresión óptima, la cual indudablemente hará lucir la impresión del contenido y éste por interesante que sea, sin un buen diseño y una impresión de calidad, parecerá tedioso y cansado.

### 2.2.3. Periodicidad

Se establece si la publicación será semanal, quincenal, mensual, bimensual, según las necesidades de comunicación existentes y los objetivos editoriales y comerciales que se tengan.

La periodicidad dará la pauta para calendarizar las actividades que demanden los diferentes procesos que intervienen en la elaboración de una revista.

### 2.2.4. Tiraje

El tiraje o número de ejemplares que se imprimirán, será definido, según la cantidad de público que se tenga o se prevea tener. El tiraje elegido puede condicionar al sistema de impresión y viceversa. Por lo tanto, es conveniente conocer los alcances y limitaciones de los sistemas y equipos de reproducción que existen. Algunas veces se elige un sistema de impresión que no va de acuerdo a la calidad que se espera, o bien a la rapidez requerida.

Parte fundamental de la impresión es el papel. Este también mantiene una relación con el tiraje ya que debido a sus medidas y múltiplos, se buscará aprovechar al máximo.

### 2.3. Publicidad

Una revista tiene que solventar muchos gastos. Cuando es patrocinada por una institución, tiene un presupuesto determinado. De no ser así, una solución para afrontar los gastos es la venta de espacios publicitarios, ya sea que se trate de una cooperativa o de una sociedad anónima.

Algunas revistas a pesar de ser patrocinadas por alguna institución, buscan el autofinanciamiento en la publicidad.

El objetivo principal de la publicidad es dar a conocer productos y servicios para fomentar las ventas de sus anunciantes, éstos buscan el medio que capte al público que pueda consumir sus productos.

Así como se busca compensar el material textual y gráfico, se buscará una compensación entre las páginas o espacios para la publicidad, con los de información propia de la revista.

Las tarifas de inserción publicitaria, se fijan según la medida de la página (una, media, un cuarto), la posición (página par o impar) y las tintas (una, dos, cuatro, especial). Los forros (cubiertas) tienen un costo especial, generalmente van en cuatro tintas, las cuales corresponden a los cuatro colores básicos (magenta, cyan -azul claro-, amarillo y negro) con los que se obtienen todas las combinaciones posibles de color.

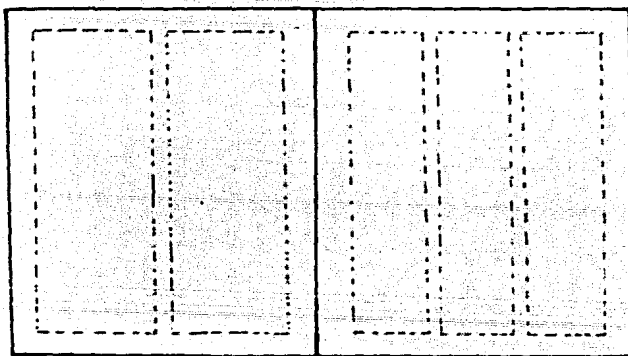
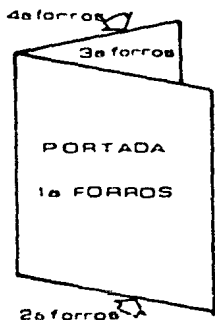
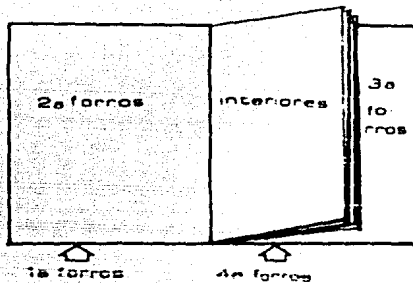
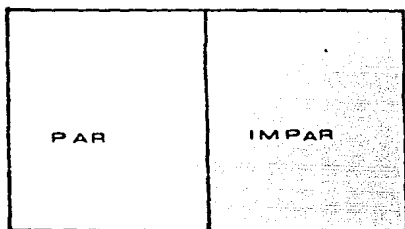
La publicidad, algunas veces, comprende anuncios que resaltan características, cualidades o instrucciones de uso de un producto. En este caso también se da un servicio informativo.

### 2.4. Circulación

La circulación consiste fundamentalmente en la distribución y ventas de la publicación.

Las ventas de una publicación se hacen normalmente por dos sistemas: suscripciones y venta directa. Las suscripciones ofrecen la ventaja de contar con un número determinado de lectores que garantizan un tiraje mínimo. Por otra parte, al cobrar por adelantado se aseguran ingresos para la publicación.

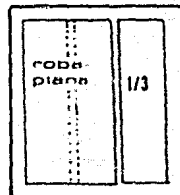
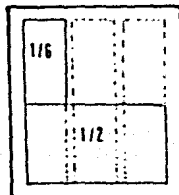
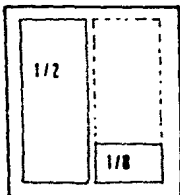
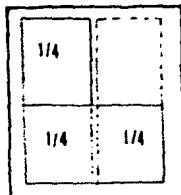
### POSICIONES DE PAGINA



plana dos columnas

plana tres columnas

### ALGUNAS DIVISIONES PARA PUBLICIDAD



La forma de distribución se fija tomando en cuenta los objetivos y costos de la revista. Algunas revistas se distribuyen gratuitamente y otras se venden. Entre las gratuitas se encuentran revistas comerciales dirigidas a sectores profesionales (médicos por ejemplo) y obtienen sus recursos por la venta de anuncios; también hay algunas que se dirigen a empresas e instituciones. Se envían por correo o por mensajero.

La distribución por correo no es muy segura. Por mensajero es más preciso el envío. Sin embargo ambas formas son muy costosas.

En México la distribución tiene cuatro canales característicos. En los puestos de periódicos 'callejeros', se realiza en el D.F., a través de la Unión de Expendedores y Voceadores de Periódicos. En el interior del país, se hace a través de empresas que tienen su matriz en el D.F. y cuentan con agencias o agentes en las principales poblaciones de los estados. Otra parte importante se distribuye a través de una o más empresas, en 'locales cerrados', (que no son puestos de la calle: supermercados, tiendas de autoservicio, cadenas de cafeterías-restaurantes, farmacias, etc.). Finalmente, la distribución se puede realizar a suscriptores por medio del correo, sin embargo, su costo es muy elevado y su proceso lento e inseguro, porque las revistas a veces no llegan a sus destinatarios.

## 2.5 Organización editorial:

Una revista requiere de una organización editorial, cuya finalidad sea la canalización de actividades y estará dada en función del trabajo que cada sección, área o departamento desempeñen.

Aunque la organización para editar revistas puede diferir, sobre todo en los aspectos administrativos. Sin embargo, se pueden diferenciar cuatro grandes campos de acción:

- Redacción. Dirige lo periodístico (dirección, editorial, redacción, diseño, ilustración, fotografía).
- Gerencia. Atiende lo económico (ventas, finanzas, administración).
- Circulación. Vigila la distribución y ventas de ejemplares.
- Talleres. Se encargan del proceso de reproducción (composición de textos, fotomecánica, impresión y encuadernación).

Los talleres y la circulación, la mayoría de las veces, están fuera de la organización editorial, pero llevan una colaboración estrecha.

Algunas revistas poseen parte del equipo para reproducción, generalmente las de tirajes grandes y lapsos breves de periodicidad. Otras, cuentan con equipo para procesamiento de textos y mandan fuera la selección de color, la reproducción fotomecánica, la impresión y el acabado.

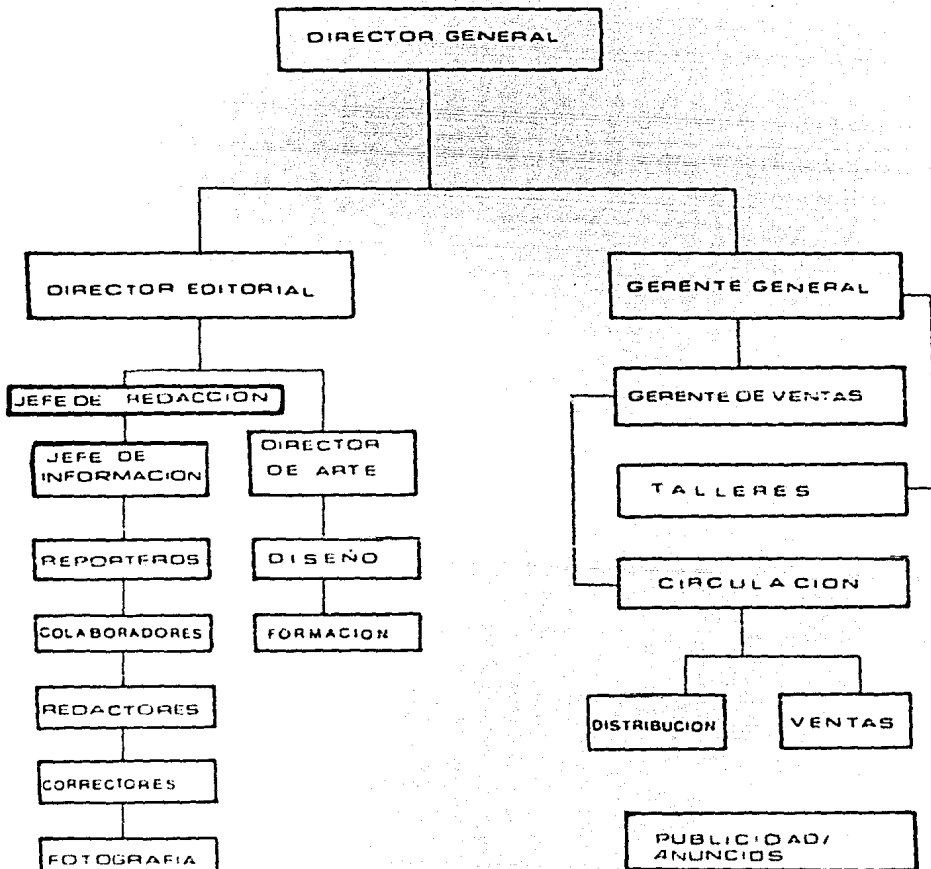
Un organigrama de una revista debe incluir básicamente dos áreas: la editorial o periodística y la administrativa.

El organigrama podría quedar integrado de la siguiente manera:

- El director general vigila y marca las políticas de lo que aparece en la revista, de acuerdo a los lineamientos marcados por los objetivos.
- El director editorial ejecuta las indicaciones de la dirección general respecto a todo lo periodístico: qué decir y cómo decirlo, es el responsable de lo que se publica y cómo se publica.  
Se auxilia del Jefe de Información, del Jefe de Redacción y del Director de Arte.
- El gerente general ejecuta las indicaciones de la dirección general respecto a lo económico. Coordina a la gerencia de ventas que a su vez atiende aspectos de publicidad y circulación.
- Los talleres y la circulación, pueden o no estar integrados a la organización.

A continuación se presenta un ejemplo de organigrama:

## ORGANIGRAMA

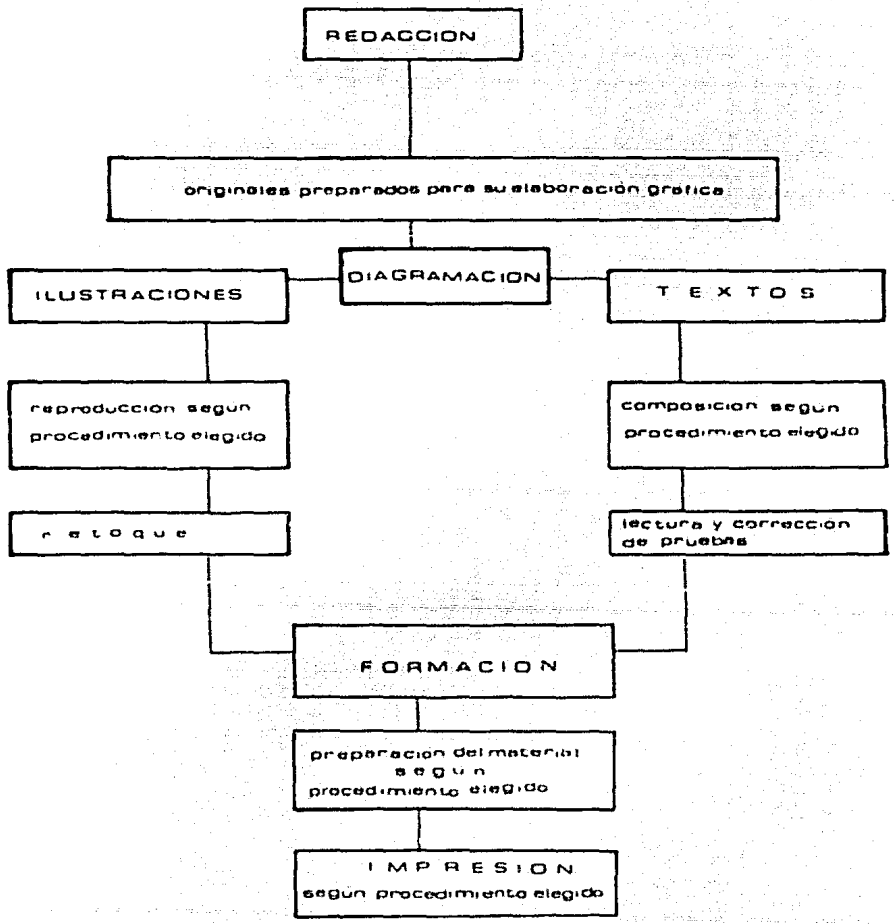


El proceso de producción del material de una revista es continuo y no tolera - tiempos muertos. Para comprenderlo más fácilmente, se puede dividir en seis fa - ses esenciales y comunes para cualquier proceso de reproducción (impresión) - elegido:

- 1° La redacción que comprende la preparación de originales textuales y gráfi--cos.
- 2° La diagramación que incluye la realización del dummy, según los lineamientos del diseño.
- 3° La preparación del material según las indicaciones de la diagramación.
- 4° La formación de páginas e indicaciones de reproducción.
- 5° La preparación del material para ser impreso según el procedimiento elegido.
- 6° La impresión según el procedimiento elegido.

Este ciclo debe ser conocido por quienes participan en la realización de la - parte periodística (editorial), y se encuentra expresado en el siguiente es- quema:

# PROCESO DE PRODUCCION





## 2.6. Equipo y Materiales

El proceso de producción de una revista implica la utilización de equipo y materiales, los cuales, aunque son parte fundamental de los talleres, deben conocerse ya que representan la tecnología de la actividad a la que se sirve y para la cual se preparan instrucciones.

La técnica finalmente realiza y transmite las ideas que contiene una revista y en el conocimiento de sus alcances y limitaciones se refleja profesionalismo.

Algunas revistas cuentan con talleres propios y en los responsables de ellos, recae el compromiso de pedir equipos modernos y eficaces y usar materiales de calidad que no demeriten la imagen de la revista.

Otras revistas cuentan solamente con parte del equipo (composición de textos y producción de película) para reducir costos y evitar tiempos muertos. Sin embargo, la mayoría de las revistas que se publican en nuestro país, dependen para la impresión de talleres ajenos, éstos cuentan con equipos completos y modernos, y los del Distrito Federal están en los mejores niveles de calidad y producción de América Latina.

El equipo básico para la producción de revistas, después de la elaboración de contenidos, es:

- Máquinas para el procesamiento de textos. Los sistemas más modernos son la fotocomposición (composición fotográfica) y la composición electrónica.
- Cámaras fotomecánicas para la producción de películas (positiva, negativa, tramas); máquinas seleccionadoras de color como las "Scanner", de las cuales la más moderna utiliza rayo laser. (Aunque la selección de color también puede realizarse en una cámara fotográfica -a mayor tiempo y menor costo-, ésta es desplazada cada vez más por el Scanner). La calidad de este sistema computarizado es superior, lo mismo que su costo. También hay maquilados de selecciones de color.
- Marco de vacfo o insoladora para realizar el transporte de negativos a láminas.

- Prensa para imprimir, hay de 1, 2, 3 y 4 colores y de diferentes medidas - (pequeñas: carta, doble carta, oficio, doble oficio; grandes: 4 cartas, 8 cartas, 16 cartas; y rotativas para papel en rollo).
- Equipo de acabado que incluye dobladora de pliegos para ajustarlos a los cortes, engrapadora o cosedora (según el tipo de encuadernación elegido) y guillotina.

La calidad, durabilidad, eficiencia son los parámetros que se toman en cuenta para adquirir equipo propio. En nuestro país existen distribuidores de los fabricantes de equipos más avanzados a nivel mundial.

Los materiales (químicos, tintas, mantillas, láminas, papel) existen tanto de fabricación nacional, como de importación. Su elección se deja al criterio del impresor, excepto el papel. La calidad de los materiales empleados repercutirá en el trabajo del equipo técnico.

## 2.7. Tiempo y Costos

La programación del tiempo de realización y el cálculo aproximado de los costos, constituyen la parte final del proyecto.

Para programar el tiempo se enlistan las actividades que se realizarán y después (según las características de la revista), se le asigna a cada actividad el tiempo requerido, dando prioridad a las principales (generalmente son las primeras), ya que de ellas se derivan las demás.

Finalmente se procede a la fijación de fechas límite, las cuales deben respetarse siempre ya que cualquier atraso por mínimo que sea, impide el seguimiento normal del proceso y acarrea prisas innecesarias que, la mayoría de las veces, afectan los resultados con errores de todas magnitudes.

La principal fecha es la de cierre. Por cierre se entiende la fecha límite para entregar tanto material textual y gráfico, como anuncios (en caso de haber). Es inconcebible un atraso en el cierre, ya que una revista tiene periodicidad concreta y estricta, por otra parte, los talleres de impresión, tienen programado su tiempo y debido a que en ellos se cierra el ciclo productivo, son los que tienen que recuperar tiempos muertos.

Sin tomar en cuenta actividades administrativas y enumerándolas por secuencia de realización, un calendario de actividades podría quedar de la siguiente manera:

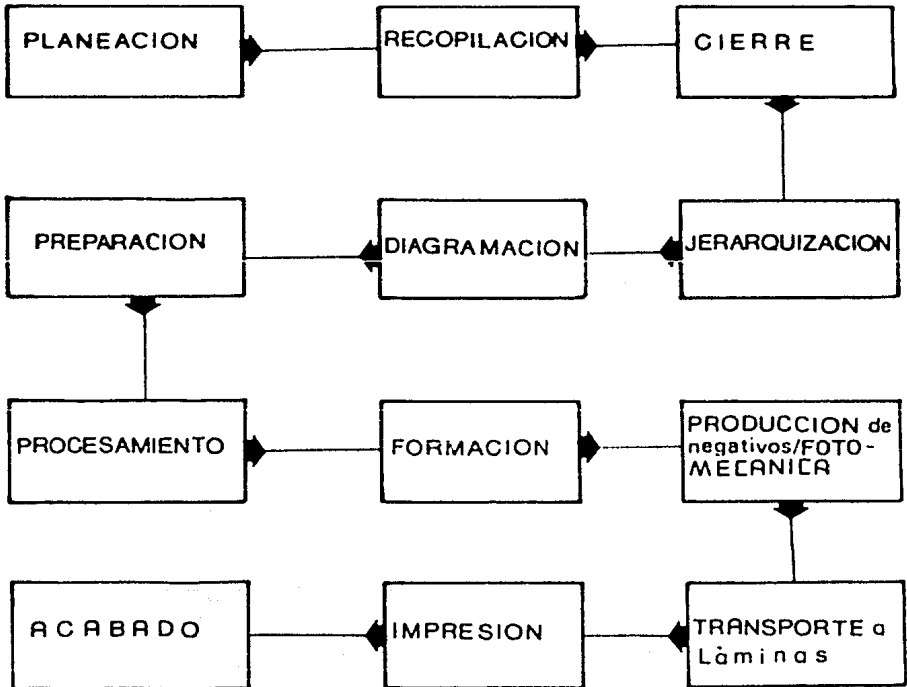
| No. | A C T I V I D A D           | TIEMPO DE REALIZACION | FECHA LIMITE |
|-----|-----------------------------|-----------------------|--------------|
| 1   | Planeación de la edición    | se                    | deben        |
| 2   | Recopilación del material   | puede                 | ser          |
| 3   | Cierre de edición           | calcular              | reales       |
| 4   | Jerarquización del material | por                   | según        |
| 5   | Diagramación                | horas                 | el           |
| 6   | Preparación del material    | o                     | calen-       |
| 7   | Procesamiento del material  | por                   | dario        |
| 8   | Formación                   | día                   | del          |
| 9   | Producción de negativos     | según                 | momento      |
| 10  | Transporte                  | el                    |              |
| 11  | Impresión                   | caso                  |              |
| 12  | Acabado                     |                       |              |

### 3. ETAPAS DE ELABORACION DE UNA REVISTA

Quienes se interesan en la elaboración de una revista deben conocer todas las etapas por las que atraviesa. El conocimiento integral es necesario para determinar hasta que momento se puede intervenir.

Todas las etapas que comprenden el ciclo son importantes y se relacionan constantemente. Sin embargo, se lleva una secuencia que tiene que ser respetada invariablemente.

## CICLO de ELABORACION



Los costos son indicadores de la factibilidad de realización de una revista. Estos se deducen considerando el grado de dificultad y tiempo de realización de las actividades.

En los costos se pueden considerar algunos materiales, principalmente el papel. Algunas veces el editor maneja costos de papel otras veces el impresor cotiza el papel como parte del proceso reproductivo.

La cotización se realiza tomando en cuenta las áreas que intervienen en la elaboración: administrativa, editorial y de producción. Estas áreas incluyen actividades que son realizadas por personal especializado. Sin embargo, la persona encargada de la elaboración de revistas, debe estar familiarizada con todas las actividades.

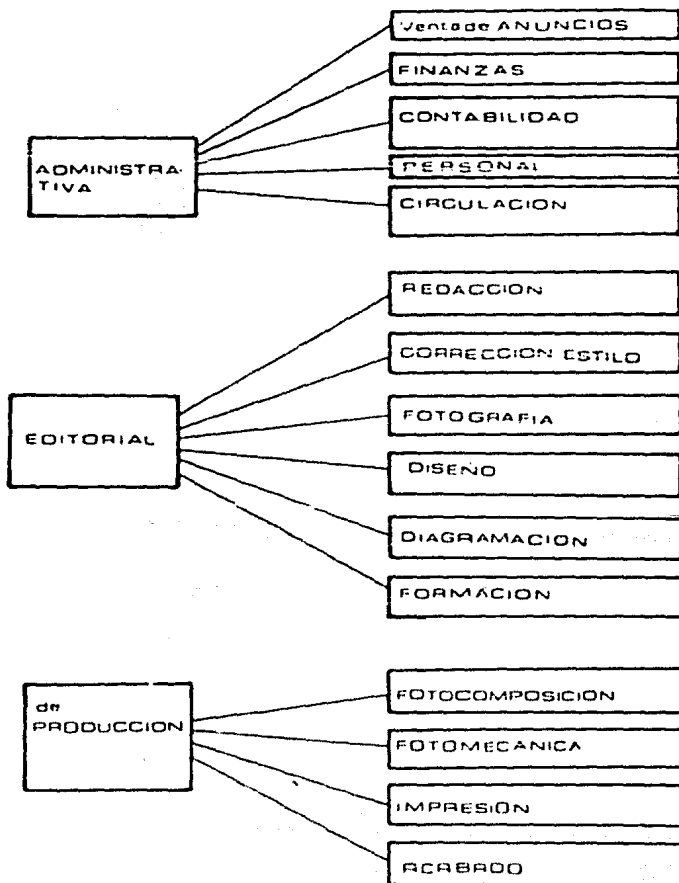
Hay actividades que requieren del empleo de equipo técnico y material específico, lo cual debe considerarse al cotizar.

Es muy arriesgado sostener un costo determinado por un largo período de tiempo, ya que constantemente se hacen ajustes a los precios de los materiales y los salarios se elevan de imprevisto. Es necesario tener costos actualizados y trabajar "al día".

Las actividades de las áreas administrativas y de producción son realizadas por personal especializado. El área de editorial y la supervisión de la producción son las que normalmente se encomiendan al especialista en ciencias de la comunicación, por lo cual, el conocimiento de las actividades que integran estas áreas es indispensable.

En las siguiente página se presentan gráficamente las actividades que integran cada área de trabajo:

## ACTIVIDADES por AREA



### 3.1 Planeación de la edición

La planeación de la edición correspondiente es la etapa inicial del proceso de elaboración de una revista. En ella se consideran los temas que integrarán el contenido, la forma en que serán tratados y la extensión requerida.

Al planear el contenido se toman en cuenta los objetivos de la revista, las características del público y los parámetros de interés, actualidad y trascendencia.

Los temas desarrollados adoptarán cualquier género periodístico o literario. También se pueden incluir instrucciones sobre alguna actividad, pasatiempos, horóscopos, tiras cómicas, etc.

Los temas que integran el contenido se insertarán en secciones fijas o variables de la revista.

La planeación de la edición implica la distribución del trabajo, así los redactores, reporteros y colaboradores se encargarán de recopilar lo requerido.

Al planear la edición se realiza una primer jerarquización, ya que los temas obedecen a un cierto orden y ya se va definiendo la posición y amplitud de los temas, los cuales constituirán el material textual y gráfico de la revista.

Si una revista contiene anuncios, la planeación debe considerar los espacios que éstos ocupan regularmente, ya que hasta el cierre de edición, se sabrá exactamente cuanto espacio se destinará a la información y a los anuncios. No es conveniente limitar la extensión del contenido. Es mejor contar con información de reserva para cualquier imprevisto y no recurrir a "rellenos" forzados y por demás notorios.

### 3.2. Recopilación del material.

Una vez planeada la edición, se inicia la recopilación del material que integrará el contenido.

La recopilación del material consiste en obtener la información necesaria y trabajarla según la forma indicada.

Independientemente de la forma que adquiera la información al ser trabajada, el resultado será dado siempre en material escrito (textual) y gráfico (fotografías, dibujos, gráficas). Este material debe revisarse cuidadosamente, para que no ocasione dificultades en los procesos posteriores.

Para facilitar la revisión del material, se recomienda observar las siguientes normas:

El original escrito debe ser totalmente legible y presentarse:

- mecanografiado
- a doble espacio
- por una sola cara (de preferencia en hojas tamaño carta)
- dejando márgenes a la derecha y a la izquierda para correcciones
- la primer hoja llevará un espacio en blanco en la parte superior, de aproximadamente siete centímetros para indicaciones tipográficas y/o de estilo.
- en la parte superior izquierda de todas las hojas, se escribirá una frase - gúfa del trabajo y a la derecha el nombre del autor
- al final de cada hoja se escribe la palabra 'sigue' en la parte inferior derecha y cuando el trabajo concluya se indicará con la palabra 'fin' con cualquier otro signo que se use en el medio en que se trabaje
- no reescribir nunca sobre letras o palabras, es mejor tachar o repetir
- todas las hojas deberán ir numeradas.

Los originales gráficos irán ordenados, numerados y con la indicación de la página donde deban colocarse. Si se trata de dibujos e ilustraciones irán en negro o rojo, es decir evitando los colores claros porque éstos son difíciles de reproducir cuando la impresión será en 'blanco y negro'. Asimismo, las fotografías se rán lo más nítidas que se pueda y se debe aplicar lo que se señala en página 47.

Si el material gráfico de apoyo es deficiente, su reproducción dejará mucho que desear y no podrá cumplir su función (auxiliar en la explicación e interpretación del mensaje).

Es conveniente manejar con cuidado el material gráfico: tomar las transparencias por lo bordes, no sujetar directamente con un clip ni fotografías, ni ilustraciones, no escribir directamente en la superficie de las fotografías o ilustraciones.

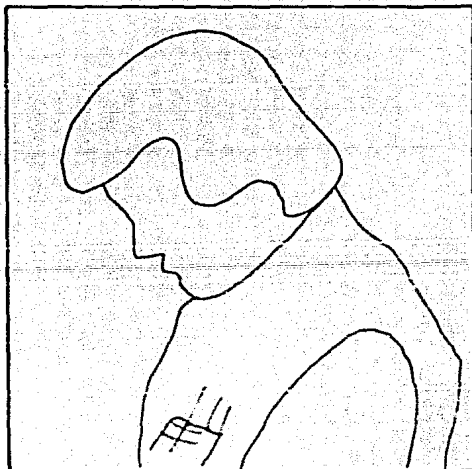


Los cortes en el material gráfico se pueden indicar en la camisa de protección de las ilustraciones o en la parte opuesta (atrás) de las fotograffas, con un lápiz suave (graso de preferencia). En el caso de las transparencias, se puede esbozar la parte de la imagen que se desea reproducir y hacer cualquier indicación.

## CORTES

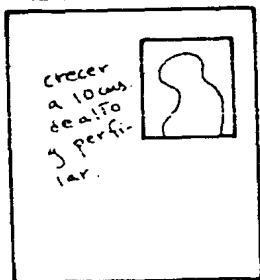


ORIGINAL



EJECUCION

INDICACION



### 3.3. Cierre de edición

El cierre de edición consiste en poner una fecha límite para recibir el material recopilado y los anuncios (si los hay).

Esta fecha debe ser respetada al máximo, de lo contrario se iniciará una cadena de retrasos que se reflejan en los resultados finales de la revista. Las prisas no ayudan al buen desempeño del trabajo.

El cierre de edición contempla la recepción de todo el material sin excepción alguna, ya que la etapa que sigue en el proceso de elaboración, no puede iniciar si falta material y de iniciarse, será sometida a diversos ajustes que repercutirán en la etapa que sigue.

Se puede olvidar que una revista tiene una periodicidad precisa y su fecha de aparición es fija. Por otra parte, los talleres programan su producción con fechas exactas.

Un retraso en cualquier etapa del ciclo afecta a la siguiente y es difícil recuperar los tiempos muertos, pero un retraso en el cierre puede llegar a afectar a todas las etapas del ciclo, ya que están relacionadas de tal manera que las primeras etapas (planeación, recopilación y cierre) son fundamentales. El conocimiento de todas las etapas nos puede ayudar a ajustar tiempos en las etapas posteriores al cierre, nunca antes de él.

Con todo el material que integrará el contenido (textos, ilustraciones y anuncios) se procede a jerarquizarlo y distribuirlo.

### 3.4. Jerarquización y distribución del material

Si bien al planear la edición se jerarquiza de alguna manera el contenido, la jerarquización definitiva se realiza al contar con el material completo y siguiendo los parámetros de la planeación.

La jerarquización es el ordenamiento informativo y se realiza con la finalidad de definir la posición y amplitud del material. El más importante se ubica en las páginas preferentes (primeras e impares) y de ser posible en las zonas de atención.

Al jerarquizar se da un valor al texto y se distribuye de acuerdo a esa valoración. Para distribuir el material textual y gráfico es conveniente conocer la disposición de las páginas en los pliegos de papel, así se podrá utilizar mejor el color.

Una hoja de distribución es un elemento de gran utilidad al realizar esta etapa, ya que contiene indicaciones sobre el número de página, el contenido y el pliego.

También se puede trabajar sobre una cuadrícula, la cual muestra la disposición de páginas por pliegos.

#### EJEMPLO DE HOJA DE DISTRIBUCION DE 16 PAGINAS (2 PLIEGOS/ 8 HOJAS)

No. \_\_\_\_\_

2a. FORROS \_\_\_\_\_

FECHA \_\_\_\_\_

3a. FORROS \_\_\_\_\_

PORTADA \_\_\_\_\_

4a. FORROS \_\_\_\_\_

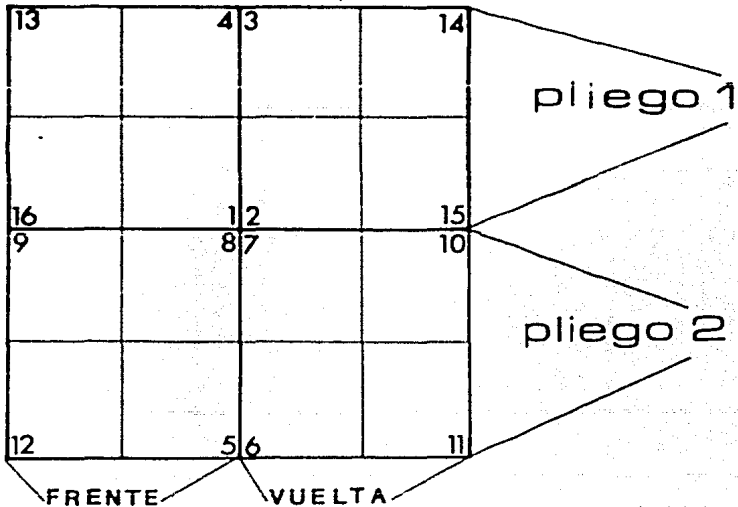
| Pág. | CONTENIDO | Pág. | CONTENIDO | PLIEGO |
|------|-----------|------|-----------|--------|
| 1    |           | 16   |           | UNO    |
| 2    |           | 15   |           |        |
| 3    |           | 14   |           |        |
| 4    |           | 13   |           |        |
| 5    |           | 12   |           | DOS    |
| 6    |           | 11   |           |        |
| 7    |           | 10   |           |        |
| 8    |           | 9    |           |        |

## CUADRICULA (16 págs.)

|   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|

|   |    |    |    |    |    |    |    |
|---|----|----|----|----|----|----|----|
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
|---|----|----|----|----|----|----|----|

## IMPOSICION por PLIEGO



### 3.5. Diagramación

Diagramar es disponer con exactitud los espacios que ocuparán los textos, títulos, ilustraciones y anuncios, es decir, la forma en que estará organizado el material, el proyecto para cada página.

La diagramación a diferencia del diseño (que es más teórico), es más técnica, pero su objetivo es el mismo: "dar al material impreso la presentación más atractiva y menos fatigosa posible". (3)

Una revista en primera instancia se diseña para obtener sus características de presentación. Sin embargo, por la misma periodicidad, cuando ya se sigue una línea definida, únicamente se diagrama. Al diagramar se consideran todos los elementos que intervienen en un diseño. Asimismo, cuando se presentan páginas que requieren una diagramación especial, se recurre a soluciones de diseño.

Cuando se contempla la inserción de anuncios, se procura que ésta no afecte el equilibrio estético de las páginas. No así cuando los anuncios deben llevar una colocación especial.

La diagramación se realiza sobre hojas especiales (reticuladas) que tienen impresas en tinta cyan las medidas y divisiones de la caja tipográfica de la revista. (ver página 37 y 38)

Para diagramar no hay reglas definitivas. Sin embargo, pueden distinguirse cuatro estilos básicos:

- Simétrico: parte del hecho de que cada página es divisible en dos o más partes iguales, cada una de ellas para un mensaje.
- Horizontal o apaisado: consiste en la división de una página en espacios rectangulares apaisados, es decir, de base ancha que predominen sobre otras figuras.
- Vertical: sigue el curso natural de las columnas naturales, sirve de guía para la construcción de unidades rectangulares verticales, totalmente opuestas a las apaisadas, ganando así espacio para textos.

---

(3) Borrás, Leopoldo. ob.cit.

- Mixto: resulta de la combinación de figuras apaisadas y verticales, de las cuales son aprovechadas: la "L" invertida en posiciones lateral izquierda y derecha; la "U" invertida y la forma de "T".

Al diagramar se debe tener presente no subestimar los conocimientos del público. No creer nunca en los sobreentendidos y proporcionar al lector todos los elementos para que lea y recuerde el mensaje. A continuación se enumeran algunas consideraciones:

- Cada página debe ser armónica y ofrecer la debida proporción entre sus elementos para tener originalidad y poder de atracción, por lo que se cuidará todo detalle visual, evitando perjudicar al ritmo de la lectura y al impacto óptico.
- Se planteará el problema de la legibilidad, ya que un texto debe leerse con facilidad y agrado. Tomando en cuenta que el material impreso en formato normal, se lee habitualmente a una distancia de 30 a 35 cms., el tamaño de los textos debe calcularse para esa distancia. Las columnas de revistas utilizan generalmente tipos claros y en tamaño de 10 a 12 puntos aproximadamente, presentados en 2, 3 y 4 columnas de diferentes anchos.

Las letras muy grandes o muy pequeñas se leen con esfuerzo y el lector se cansa antes, lo mismo sucede con las líneas demasiado cortas o largas. Las líneas largas son pesadas porque hay que emplear demasiada energía en mantener la línea horizontal. Las líneas cortas cansan por la rapidez con que se cambia de línea. Se considera como anchura favorable para la lectura, cuando se colocan en promedio 10 palabras, es decir 50 a 60 letras. "32 cuadratines como máximo es la longitud óptima por línea". (4)

Se evitará que las "viudas" (líneas cortas) queden al principio de una columna y que las líneas no sean cortadas con frecuencia, ya que más de dos guiones o cortes consecutivos, molestan la lectura. Asimismo, se cuidará que una columna no se inicie con la última línea del párrafo final de la columna anterior. En todo caso se compensarán espacios hasta lograr un balance.

---

(4) Borrás, Leopoldo. ob.cit.

El interlineado debe evitar la fatiga visual y favorecer la lectura, dividiendo atractivamente sin distraer y puede conducir ópticamente al ojo de línea en línea, prestando apoyo y seguridad para estabilizar rápidamente y recibir y conservar lo leído.

Los contrastes inequívocos entre caracteres y tamaños, hacen posible una lectura fácil y rápida, y se puede configurar así una página llamativa.

- Se cuidará el equilibrio entre lo impreso y lo no impreso, es decir el espacio en blanco o "aire". Los blancos se dan entre: párrafo y párrafo, columna y columna, al pie y cabeza, al lomo y corte. Los blancos rodean al texto y las imágenes de manera proporcional y armónica.

El texto impreso es normalmente negro, pero por los espacios blancos, crea para el ojo toda la gama de grises.

El color puede usarse como recurso intermedio entre el blanco y el negro, regularmente se utiliza uno que contraste con el negro de los textos y el blanco del papel. Tiene la función de destacar (ejerciendo atracción visual) algunos elementos (títulos, líneas, gráficas) o textos e ilustraciones completas.

El color se emplea en tramas finas (para fondear) o en plasta (con textos invertidos -en blanco-).

Es conveniente utilizar los colores puros (amarillo, magenta y cyan) o bien, el resultado de sus combinaciones (amarillo y magenta = rojo; amarillo y cyan = verde). Los colores dan sensación de movimiento.

- Se tendrá presente la utilidad que presten las ilustraciones al mensaje. Si la ilustración irá centrada, se procurará que el texto sea abundante debajo y encima; si irá de lado, se colocará hacia el margen exterior (corte); si ocupará toda la página sin llenarla, se centrará en alto y ancho, dándole un poco más de pie; cuando hay más de 3 ilustraciones se dará colocación preferente a la de más importancia.





Cuando se incluyen fotografías, se tomará en cuenta que todo movimiento en la fotografía, tiende a enviar la vista del lector en esa dirección, por lo que todas las fotografías deben "mirar" hacia el centro de la página. Cuando eso no suceda, se estudia la posibilidad de "invertir" el negativo para que "vea" hacia el centro sin sufrir alteraciones visibles.

El pie como parte integral de la ilustración y fotografía debe atraer la atención para cumplir la función informativa, asimismo estará redactado con precisión, brevedad e irá en tiempo presente incluyendo: la razón por la que se inserta la foto o ilustración; la identificación de las personas que aparecen; al go de interés que pasaría por alto si no se señalará. Se tendrá presente que si la foto o ilustración acompaña a una información, podemos suponer que el lector primero mirará la foto, luego leerá el pie, y después la información complementaria.

- La colocación de folios (número de página) deberá ser satisfactoria desde los puntos de vista funcional y estético. En principio puede estar en el extremo del corte de la página para dar sensación de dinamismo, ya que ópticamente salta fuera de la página y al pasar las páginas, da sentido óptico en el margen, lo que intuitivamente acelera el ritmo de voltear las hojas. En las páginas pares el corte es al lado izquierdo y en las impares en el derecho. Desde el punto de vista psicológico, el folio colocado en la mitad, causa un efecto estético.
- Se debe trabajar sobre una retícula específica y no considerar a las páginas de manera individual, aislada, sino en relación con las páginas subsiguientes y la posición que guardan en los pliegos de impresión.

La retícula o diagrama es una hoja o plantilla rayada para mostrar márgenes y áreas de impresión, a fin de estandarizar páginas en la confección de la revista. Puede estar diseñada para resultar inflexible (mismas posiciones siempre) o flexible. Su versatilidad depende del diseñador y la capacidad de éste para prever todas las eventualidades.

Los puntos de rigidez de toda retícula son los márgenes de lomo, cabeza y pie, posición de folios y títulos. Se pueden incluir una, dos, tres o cuatro columnas, o bien una mezcla. Se debe considerar que las indicaciones de la retícula sirven de guía para facilitar la distribución de textos e imágenes.

El diagramador trabaja sobre la retícula según las instrucciones del director de arte, quien a su vez se basa en el diseño. Sin embargo, a pesar de la importante labor que desempeña el diagramador, su trabajo es transitorio, ya que la electrónica ha hecho posible la diagramación por computadora y algunos diarios y revistas ya la están utilizando.

El resultado de la diagramación es un diagrama en el que se dan los lineamientos para realizar la formación.

### 3.6. Preparación del material

El material textual y gráfico se prepara para su procesamiento.

#### 3.6.1. Textual

Algunas veces se somete a corrección de estilo y después al cálculo y marcación tipográfica.

La corrección de estilo consiste básicamente en revisar la ortografía y la sintaxis. Se evitan errores o impropiedades del lenguaje, faltas de claridad y vicios de dicción, pero respetando el estilo de cada autor. A continuación se dan algunas anotaciones:

- La base de la ortografía es la acentuación. Las palabras agudas se acentúan cuando terminan en n, s o vocal; las graves cuando terminan en cualquier letra que no sea n, s o vocal; las esdrújulas y sobreesdrújulas no se acentúan a menos que requieran el acento diacrítico (se emplea en palabras con la misma escritura pero diferente significación).
- La puntuación debe cuidarse estrictamente, ya que obedece a un orden lógico para exponer las ideas con precisión y claridad.
- Hay otros signos ortográficos que se emplean para escribir con claridad frases y párrafos: la coma, el punto y coma, los dos puntos, el punto, los puntos suspensivos (indican pausa); los signos de interrogación, admiración y puntos suspensivos (indican entonación) y la raya, el guión, las comillas y el asterisco (indican distribución).

- El abuso o empleo inadecuado de las figuras de construcción (alteraciones sintácticas que no producen cambios semánticos), en vez de auxiliar al estilo oscurece la expresión.

Las figuras son:

- . el hipérbaton: consiste en la inversión de palabras, sin que se pierda la claridad y el sentido de la comunicación. Cabe recordar que los artículos, preposiciones y conjunciones nunca pueden separarse de las palabras a las cuales acompañan en el enunciado y que algunas palabras se alteran cuando se les cambia de lugar.
- . la elipsis: es la omisión de palabras sintácticamente necesarias, pero que no entorpecen la fluidez del enunciado.
- . el pleonasma: consiste en el empleo de palabras no necesarias, desde el punto de vista sintáctico, pero que sirven para dar mayor fuerza y colorido al enunciado.
- . la silepsis: es la falta de concordancia sintáctica, que no altera el sentido del mensaje.
- . la traslación: consiste en el empleo de un tiempo verbal distinto al que corresponde en el enunciado.

El hipérbaton y la elipsis se usan para darle mayor elegancia al estilo, el pleonasma para darle fuerza y aclarar la expresión y la silepsis y la traslación, como recursos estilísticos para mejorar la expresión.

- Los vicios de dicción resultan de la:

imprecisión  
 construcción inadecuada  
 falta de concordancia  
 morfemas malsonantes  
 falta de claridad  
 repeticiones frecuentes

} en el uso del lenguaje (5)

- Las cualidades esenciales del párrafo (conjunto de enunciados) y de la composición (conjunto de párrafos) son las siguientes: (6)

unidad = desarrollo de una sola idea

coherencia = relación lógica entre los enunciados y los párrafos

énfasis = orden de los enunciados

estilo = selección de vocabulario

- Las características del estilo periodístico son: (7)

sencillez: expresarse con palabras de uso común

precisión: expresar las ideas con rigor lógico

concisión: utilizar las palabras necesarias para expresar lo que se desea

claridad: emplear frases sencillas, breves e ir directamente al tema.

Se debe escribir "sin rodeos y en forma tan clara que pueda ser leído por lectores de diferente nivel cultural... el periodista profesional debe conocer el principio de la sencillez y de la expresión correcta. La comunicación tiende a la simplificación, al aprovechamiento de la energía, a rechazar lo superfluo. Lo que no tiene sentido, no tiene valor comunicativo... hay que buscar las palabras adecuadas, los símbolos adecuados que expresen cosas con sentido".(8)

La corrección de estilo se hace sobre el original mecanografiado, para ello, se auxilia de signos de corrección.

Los signos de corrección, se emplean tanto en las cuartillas mecanografiadas, como en las galeras tipográficas. En el primer caso se marcan directamente sobre el texto (sin abusar porque se pueden crear confusiones de interpretación) y en el segundo caso, se marcan en los márgenes lo más claramente posible.

Las correcciones se harán de preferencia sobre copias fotostáticas. Antes de enumerar los signos de corrección, se hará referencia al cálculo tipográfico.

Esta etapa consiste en calcular el número de palabras o caracteres (letras) mecanografiados que contiene un texto escrito a máquina (original), para así conocer cuántas líneas ocuparán determinado número de palabras en el tipo, tamaño e interlineado elegido.

(6) Reyna González, Susana. *op.cit.* p. 116

(7) Baena Paz, Guillermina. *Instrumentos de investigación.*

(8) Borrás, Leopoldo. *Elementos para la diagramación de diarios.* p. 89.

Entre los métodos existentes para el cálculo de textos, destacan por su precisión: el de "línea contra línea" y el de "trazo de línea total media".

- línea contra línea: cuando ya se tiene una composición tipográfica determinada, se conocen de antemano el número de caracteres que entran (según tipo, tamaño e interlineado) en cada línea y en cada columna. De esta manera cada golpe de la máquina de escribir, equivale a un carácter en la conversión necesaria y cada línea mecanografiada corresponde a cada línea impresa.

El espacio para los títulos se considera en múltiplos de línea normal para texto, al igual que los cambios de tamaño.

- El trazo de línea total media, consiste en estudiar la copia mecanografiada, establecer la longitud total de una línea media, y trazar verticalmente una línea de lápiz a través del texto en este punto. Después se cuentan el número de caracteres, (incluso los espacios en blanco y los signos de puntuación) y se multiplican por el número total de líneas. Los caracteres que quedan fuera de esta media, se añaden y para mayor precisión, se deduce el número de espacios que contienen las líneas cortas.


Una vez que se tienen calculados los caracteres, se consulta un muestrario de la tipografía elegida (en tipo, tamaño e interlineado si es posible) y se cotejan las líneas calculadas con las impresas.

La marcación tipográfica se hace directamente sobre los originales mecanografiados, aclarando perfectamente lo siguiente:

- tipo de letra: el nombre exacto y su variedad (redondo/medium, cursivo/italic, negro/bold, estrecho/light, o ancho/extended)
- tamaño de letra: indicado en puntos
- ancho de la columna: indicado en cuadratines
- interlineado: indicado en puntos
- cambios tipográficos: ya sea de tipo o tamaño de letra.

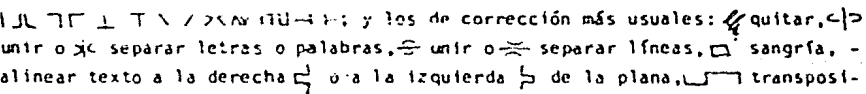















Las letras son mayúsculas y minúsculas, pero en tipografía se les llama altas, versales y versalitas a las primeras y bajas a las segundas. Las versales y las bajas pueden ser redondas (blancas o medium) y cursivas (itálicas). Las primeras de éstas se indican con tres rayas debajo de la letra si son redondas y con cuatro si son cursivas. Las segundas con una raya si son cursivas y sin raya si son redondas. Las versalitas se indican con dos rayas y siempre son redondas.

El cuerpo de los tipos de letra se mide por puntos, cada uno de los cuales tiene aproximadamente .352mm (punto americano). Los más usuales para revista son: 8, 9, 10, 11 y 12. Cuando se quiere dar mayor legibilidad al texto, se usa un cuerpo de letra con mayor espacio entre líneas y se indica con una diagonal, así: 8/9, significa cuerpo de 8 en espacio de cuerpo de 9, o bien 8 puntos con un punto de interlínea. Con el cuerpo de los caracteres y el blanco de interlínea que se dé, se forma la caja tipográfica, o sea la mancha de impresión.

La interlínea se ajusta a un ancho específico que se indica en cuadratines, es decir, dibujando un pequeño cuadrado y trazándolo con una diagonal . El cual equivale a 12 puntos.

Los textos una vez que contienen todas las indicaciones técnicas para su procesamiento (9), se someten a éste y después se revisan (10).

La revisión consiste en localizar el error dentro del texto, marcarlo con una llamada y luego sacar la llamada al margen más próximo, indicando junto a ella, con la mayor claridad posible, lo que se tenga que corregir.

La manera clásica de corregir pruebas es la que acostumbra el tradicional aparato de señales para corrección. Es decir los signos para marcar la "llamada":  y los de corrección más usuales:  quitar,  unir o  separar letras o palabras,  unir o  separar líneas,  sangría, - alinear texto a la derecha  o a la izquierda  de la plana,  transposición de letras o palabras,  transposición de líneas,  punto y seguido,  punto y aparte, callejón al margen derecho  o al izquierdo , unión de letras mal espaciadas (en una palabra) ..... vale lo tachado, evitar que las líneas comiencen o terminen con letras, palabras o signos iguales.

También hay errores de tipos y tamaños de letras y de interlineados que se deben localizar e indicar su corrección.

Entregada la prueba para su corrección, se revisa nuevamente para verificar la realización de las correcciones indicadas.

(9) El procesamiento del material textual se verá en el punto 3.7.

(10) Algunas veces los títulos se enlistan por separado y se mandan a procesar ya con las indicaciones.

Los errores se deben a la rapidez con que se forman los textos en las procesadoras. Generalmente son errores mecanográficos o de interpretación de las indicaciones. Por ello, se exige la máxima claridad posible en el original mecanográfico, como en la galera corregida.

### 3.6.2. Gráfico

La preparación del material gráfico consiste en hacer indicaciones para el procesamiento de fotografías, transparencias, ilustraciones y gráficas.

Las principales indicaciones son:

- el tamaño requerido para su reproducción: puede indicarse en centímetros o cuadratines. Para visualizar las dimensiones amplias o reducidas de la imagen, existe un método de determinación de proporciones, llamado método de escala diagonal, el cual consiste en encasillar la imagen en un cuadro o rectángulo y trazar una diagonal. Todo cuadro o rectángulo dibujado sobre la misma diagonal, será proporcional al cuadro o rectángulo original.
- los cortes necesarios: se marca la parte que se utilizará y se invalidan las áreas que no deberán tomarse en cuenta. De esta manera una ilustración apaisada puede convertirse en vertical o cuadrada y viceversa. Los cortes pueden indicarse al dorso (atrás) de las fotografías e ilustraciones, o utilizando unos "marcos de corte" que son unos ángulos de cartón o papel, con ellos se cubre la parte que no se utilizará y la parte que se empleará queda enmarcada. También se puede colocar una "camisa" y sobre ella hacer indicaciones. La "camisa" es una cubierta de papel que permita la visibilidad.
- algunas veces se indica la trama deseada: las fotografías y transparencias se descomponen en puntos tan pequeños que el ojo humano no los distingue a una distancia normal. Cuanto más pequeño es el punto, más claro aparecerá en la impresión y cuanto mayor, más oscuro. Las tramas más usuales son 85, 100, 120 y 133 líneas.

Recordemos que las fotografías y transparencias no se pueden reproducir directamente ya que no están tramadas, es decir, no tienen punto, están hechas en tonos continuos. Sin embargo, la reproducción tiene que ser lo más cercana al original.

### 3.7. Procesamiento del material

Entregados los originales (de texto y gráficos) con las indicaciones para su procesamiento, se inicia el mismo.

#### 3.7.1. Textual

Los textos se someten a composición tipográfica, de la cual hay cuatro sistemas básicamente:

- Composición "en caliente": se hace de manera individual (monotípica) en línea (linotípica) o combinada (Ludlow) a través de un teclado, aparentemente similar al de una máquina de escribir, y un dispositivo de fundición de metal de imprenta (aleación de plomo, antimonio y estaño).

En el linotipo, el operario escribe su texto y al pulsar cada tecla, se desprende una matriz de un almacén y queda dispuesta en una línea que automáticamente es justificada (espaciada). El operario empuja una palanca que remite la línea de matrices a la sección de fundición de la máquina, y una vez fundida la línea, las matrices son enviadas de manera automática a sus respectivos comportamientos de almacenaje.

El monotipo se diferencia del linotipo, porque emplea dos máquinas separadas un teclado y un dispositivo de fundición. Las teclas una vez pulsadas por el operario, perforan una cinta de papel codificada y al final de cada línea, és te lee una escala y pulsa la tecla correspondiente a la justificación. El ro-llo de papel pasa entonces a una máquina fundidora aparte y los orificios del papel gobiernan la posi-ción del cajón matriz que contiene los moldes para todos los caracteres. Una vez la matriz en su debida posición, el metal in-yectado en el molde se solidifica inmediatamente y produce un caracter individual que es dispuesto en líneas o en galerías. Su velocidad aproximada es de 1400 - palabras por hora.

El sistema Ludlow es una forma de composición tipográfica que se utiliza para tipos grandes. El compositor fija matrices individuales en un componedor es-pecial y justifica la línea, está es insertada en la Ludlow que funde un lín-gote de línea. También se emplea la composición por ordenador, en la cual el o-perador, da las instrucciones sobre tipos y cuerpos al ordenador antes de es-cribir el texto y seguidamente la máquina aj-usta las líneas, coloca el gu-itón en las palabras cortadas, da las sangrías y hace el inter-lineado con una vel-ocidad muy aceptable.



La composición "en caliente" es básica para la impresión directa (tipográfica).

De la composición "en caliente" se obtienen "pruebas finas", las cuales también pueden utilizarse en la formación de originales para offset (sistema indirecto de impresión).

- Fotocomposición: es un sistema de composición de textos mediante fotografía, un teclado y una unidad fotográfica automática y ambas producen los textos sobre película o papel. Las posibilidades de combinación son muy amplias y se controlan desde el teclado. Las letras pueden inclinarse en uno y otro sentido, condensadas o ampliadas, entrelazadas, curvadas o deformadas. Pueden producirse en cualquier tamaño y cualquier tipo y hacer las mezclas necesarias para dar al texto el énfasis que requiera. Por consiguiente, casi todas las máquinas de fotocomposición disponen de docenas, y en ciertos casos centenares, de tipos diferentes que pueden ser cambiados en la máquina en 5 segundos, sin ningún problema.
- Composición en frío: es la composición directa, por ejemplo la mecanografía normal, aunque ésta, por pulcra que sea, rara vez resulta apropiada a fines de reproducción. Pero en el mercado hay máquinas de escribir específicamente diseñadas para procesar textos. La IBM compouser y la varytyper son dos de ellos.

Los textos son obtenidos a partir de una esfera de un tipo y un tamaño. Para cada cambio, se cambia también la esfera. La impresión es directa sobre una sola hoja. Este sistema maneja principalmente tipos pequeños (6 a 12 puntos) por lo que, para tipos mayores, se complementa con otros sistemas.

- Letras transferibles: la letra (disponible en una amplia gama de tipos y tamaños) es una imagen impresa en el dorso de una hoja transparente y cubierta con un adhesivo especial. Se aplica por frotación (la cara de la hoja que no tiene adhesivo) directamente sobre la superficie del original que se reproducirá. Las marcas más comerciales y utilizadas son "Letraset" y "Meca norma", éstas también fabrican películas adhesivas de color, pantallas y figuras.

La tipografía en cualquiera de sus sistemas de composición, está sometida a la finalidad precisa de comunicar información por medio de la letra impresa. La unidad de medida es el punto y conjunto de 12 puntos constituyen una pica o cuadratín. El punto americano mide .3525 mm y el cuadratín 4.512 mm.

Los cuadratines miden el ancho de las columnas. El largo se mide en centímetros (en los diarios se mide en líneas ágata). Entre renglón y renglón hay un espacio que se conoce como interlineado y se mide en puntos. Los tipos o caracteres también se miden en puntos y pueden encuadrarse dentro de un estilo (forma o características peculiares de un grupo de caracteres), una familia (conjunto de caracteres del mismo estilo que han sido obtenidos del mismo diseño y tienen el mismo nombre) o de una serie (cada una de las variantes dentro de la misma familia: redondo, cursivo, etc.)

La tipografía que se empleará, se elige en la fase de diseño, tomando en cuenta principalmente la claridad de la lectura. El sistema más usual de composición tipográfica para revista es la fotocomposición, por la adaptabilidad y control que se puede ejercer sobre ella. También se utiliza su variante, la composición en frío o dactilocomposición, ésta es más económica pero más limitada en cuanto a combinaciones y utilización de tipos grandes.

La tipografía (en cualquiera de sus sistemas) se da en galeras, las cuales son revisadas y sometidas a corrección, después se revisan nuevamente.

### 3.7.2. Gráfico

El material gráfico se procesa generalmente hasta la etapa de producción de negativos, no obstante si el material necesita procesarse antes, para visualizar la forma real de impresión, se realiza en esta fase.

Asimismo, cuando el material es deficiente, se retoca para facilitar su reproducción. Puede ser que los contrastes no estén bien dados, o que algunas líneas se encuentren "mordidas". También puede suceder que los colores sean muy claros y difíciles de captar (por la cámara fotomecánica) al procesarlos para reproducir a un color, estos colores son: cian (azul cielo), verde y amarillo.

Cuando la reproducción será de color para color, se procesa en un Scanner, éste con su sistema computarizado de rayo láser, explora y deduce porcentajes de color e intensidad.

Aunque la calidad del scanner es muy buena, es necesario que se realicen pruebas ya sea de roll o de cromalin. El roll muestra por separado la impresión de cada color básico, la sobreimpresión de éstos, dará por resultado una impresión total. El cromalin es una muestra completa de la impresión que se espera.

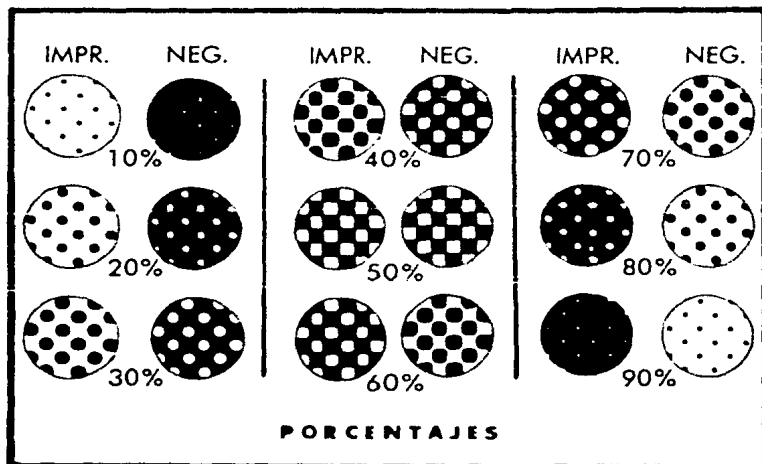
Se debe recordar que al hacer pruebas de reproducción, se utilizan papeles diferentes a los que se emplearán en la impresión. Estos papeles son brillantes y el cromalin además se protege con una película que lo hace más brillante.

Cualquier ilustración o fotografía que se reproduce en menores dimensiones, disminuye los defectos originales. Cuando se reproduce en mayores dimensiones, los defectos son más notorios.

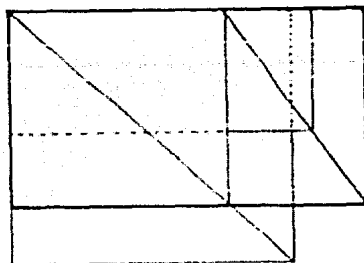
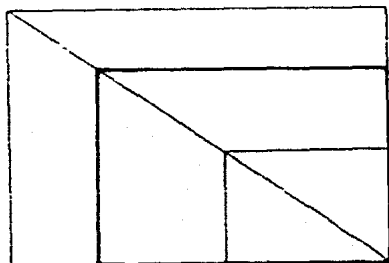
Cuando se requiere retoque, es conveniente trabajar sobre una amplificación para después, ya corregido, reducir al tamaño necesario.

Las ampliaciones y reducciones siempre son proporcionales.

Conviene trabajar, de preferencia, con copias fotográficas de medio tono, para que así queden las imágenes ya descompuestas en la trama en que se reproducirá finalmente. Así se facilitará el trabajo del área de fotomecánica, ya que los negativos de las copias fotográficas, se insertarán en los negativos definitivos de las páginas correspondientes.



### Tramado para Medio Tono



### Ampliación y Reducción PROPORCIONAL

### 3.8. Formación

La formación es el acomodamiento de tipografía (títulos y texto) ilustraciones (fotografías y dibujos) o espacios para ellas y el trazo de líneas divisorias o simplemente decorativas. Incluye también instrucciones para la reproducción (gufa de color y tonalidades de fotografías y textos) y realización de dibujos o diagramas, de acuerdo a la diagramación previa.

La formación se hace sobre papel rígido, previamente reticulado con las líneas guía (medidas y divisiones de la caja tipográfica) en tonos muy tenues de color cyan. Conviene tener impresos los papeles o cartones sobre los que se trabajará.

A la formación se le conoce como "pegado" o "paste-up" y al resultado de la formación se le conoce como original o mecánico.

Los originales son básicamente de tres clases:

- de línea: son textos, dibujos, gráficas, cuadros e ilustraciones que carecen de tramado, es decir, no tienen pantalla.
- de medio tono: abarca todas las ilustraciones de tonos intermedios que van desde el blanco hasta el negro.
- de color: pueden ser de línea o poseer valores tonales, pero los colores deben estar perfectamente definidos, tanto para facilitar su reproducción en color, como para su conversión a medio tono para blanco y negro.

Las líneas guía además de contener el trazo de la retícula, incluyen líneas de referencia para el corte, el dobléz y los centros.

El texto "tipográfico" (que generalmente es texto fotocompuesto cuando se trata de offset o huecograbado) se pega directamente en las columnas o espacios destinados para ello. Cuando se incluyen ilustraciones o fotografías (es recomendable y normalmente se hace) se deja el espacio para que sean insertadas en el negativo, el espacio es cubierto (bloqueado) con papel negro o rojo formando - "ventanas" en donde entrarán las ilustraciones, ya sea de blanco y negro o de color.

Algunas veces las fotograffas, cuando van a reproducirse en "blanco y negro", se procesan antes y ya tramadas se pegan directamente, cuando éstas llevan algún color, se bloquea únicamente la parte que irá en color. Si llevan varios colores, se marcan sobre la camisa del original. La camisa es una protección de papel que permite la visibilidad.

Los originales formados se revisan para supervisar su correcta ejecución: colocación de textos; fotograffas; pies de fotograffas o ilustraciones correspondientes a los mismos; títulos y subtítulos con su respectivo texto; consecución de folios; separación de información dentro de una página; indicaciones para la reproducción.

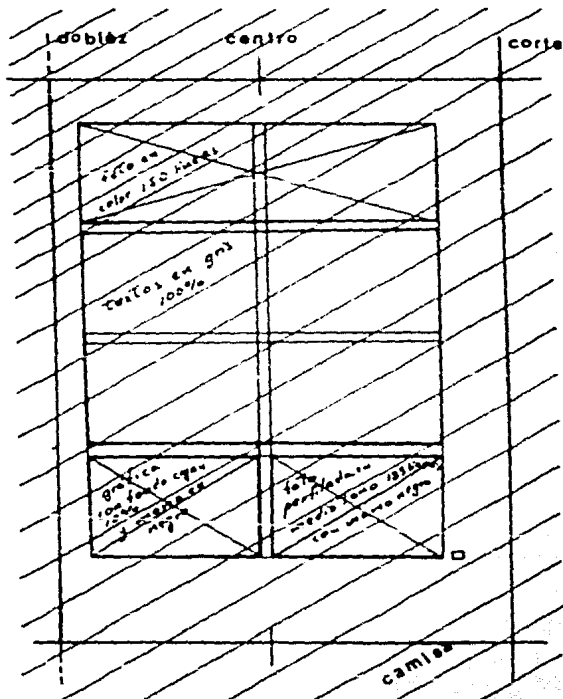
Cuando en esta etapa surgen problemas al ajustar lo calculado a lo real, se recurre al diagramador y éste resuelve los imprevistos.

A pesar de que la tipograffa se revisa antes, suelen aparecer errores en los originales formados, en ese caso, se marcan sobre la camisa para que se haga la corrección. Tanto las correcciones como las indicaciones de reproducción, deben marcarse claramente para evitar confusiones de interpretación.

No debe confundirse corrección con cambio. Un cambio es una indicación nueva y se hace cuando el original formado, no satisface óptica o funcionalmente,

Ya que están formados todos los originales y se tiene la colocación y características de color de todos los anuncios, se visualiza la cuadrícula de control para cerciorarse del aprovechamiento del color y de la secuencia correcta de las páginas. Finalmente se prepara un dummy para el taller.

# O R I G I N A L (mecánico)



### 3.9. Producción de negativos

Es el proceso que sigue a la formación, se le conoce como fotorreproducción, fotomecánica o fotolito. Aquí se fotografían los originales (resultado de la formación) ya sea de línea, medio tono o color.

La producción de negativos incluye la producción de positivos pero el término "negativo" está más difundido y parece ser que abarca ambos términos.

Algunas veces se trabaja con positivos (normalmente selecciones de color) y al realizar la formación (de negativos) aquellos se invierten y resultan negativos, excepto cuando específicamente se reproducirán los positivos.

Hay negativos y positivos de:

- línea y medio tono: la línea se capta directamente (textos, dibujos, gráficas) mientras que los medios tonos se procesan por separado, ya que tendrán una trama específica. Ya tramados se insertan en las ventanas que para ello fueron dejadas desde la formación.

La trama es la descomposición en puntos (medios tonos o tonos intermedios) de las imágenes que están dadas creando la ilusión del tono continuo (fotografías y transparencias).

La descomposición en puntos se hace en una cámara fotomecánica o en un Scanner. En el primer caso se obtiene una calidad aceptable, en el segundo caso, debido al sistema computarizado a base de exploración láser de la imagen, la calidad es mejor, pero los costos son más elevados.

Los puntos se obtienen fotografando el original a través de una retícula de vidrio con un finísimo tramado de líneas perpendiculares entre sí. Esto divide la luz reflejada en una serie de puntos reticulares minúsculos.

El punto entre más pequeño sea, más claro aparecerá en la impresión. De esta manera, entre más claro sea el negativo del medio tono, más oscura será su impresión y entre más oscuro sea el negativo, la impresión será más clara. Lo claro y oscuro del medio tono está determinado por el tamaño del punto.



Los puntos de las zonas más oscuras son más grandes y los espacios entre ellos son más pequeños en la impresión (aparecerán como minúsculos puntos blancos sobre un denso fondo negro. (ver página 49)

La densidad del punto es variable por centímetro y se debe elegir según las necesidades de reproducción y el papel que se utilizará. A papel fino corresponden tramas y densidades finas.

- Selección de color: para reproducir una imagen en color se necesita hacer una separación de sus componentes: amarillo, cyan, magenta y negro.

La separación se hace en una cámara fotomecánica a través de filtros y emulsiones que producen negativos, en los que 3 colores se pierden y se conserva sólo uno, todo depende de la pureza y fuerza de los colores del original.

El scanner produce selecciones de color tramadas en un sólo paso. El original puede estar en película o papel flexible, ya que se colocará en un tambor giratorio. La cabeza exploratoria funciona con un rayo láser que cae sobre el tambor. Puede ampliar, reducir y dar mayor nitidez con graduaciones tonales suaves. Se pueden programar cambios de color o de tono, incluso se puede colorear y alterar la imagen.

De la selección de color resultan unos positivos (uno por color) los cuales se invierten en la formación y ya siendo negativos se obtienen pruebas impresas por "roll" o "cromalín". (11)

Todas las indicaciones para reproducción en color deberán hacerse lo más claramente posible, para evitar errores de interpretación. Sin embargo, los originales tienen que revisarse y si su calidad es dudosa, así será su reproducción.

Una vez realizados los negativos de línea y colocados los medios tonos en sus respectivos lugares, se inicia la formación de pliegos (para ello ya se tienen los juegos de color) de negativos. Los pliegos pueden ser de múltiples de cuatro páginas, según el tamaño de éstas, el papel, el tipo y tamaño de la máquina (prensa) en que se imprimirá.

- 
- (11) No basta con tener una excelente selección de color y una buena prueba de impresión. Para lograr una excelente impresión influyen: el sistema de impresión (prensa o rotativa), calidad del papel, láminas, químicos y tintas.

Los pliegos de negativos, al igual que los originales mecánicos llevan marcas para señalar pinzas, centros, registros y cortes. Al revisar negativos se estará consciente que será la última oportunidad para captar errores y corregirlos. Si un error en el original mecánico ya listo para reproducirse, (ya revisado) es im-  
perdonable, un error en negativos es fatal, debido a que de los negativos se transportan directamente las imágenes a las láminas que se montarán en las prensas.

### 3.10. Transporte

Los textos e imágenes que contienen los pliegos de negativos, se transportan a láminas especiales que después se montan en los rodillos de la máquina impresora.

Como cada color está dado en negativos separados (cyan, magenta, amarillo y negro), el transporte se hace también de manera separada. De ahí la importancia en la exactitud de las marcas de registro y corte en todos los negativos, mismos que resultan de un correcto trazo en los originales.

En esta etapa es de suma importancia el tipo de lámina que se utilice y la resistencia para el tiraje indicado. Del uso de una buena lámina, dependerá la calidad del impreso.

Existen diferentes tipos de láminas: monometálicas que pueden ser de zinc, aluminio, presensibilizadas; polimetálicas, formadas por su soporte y una o varias capas diferentes que pueden ser bimetálicas, trimetálicas o cuatrimetálicas; y las de plástico o papel.

El offset utiliza láminas de papel (en máquinas pequeñas y tiros reducidos) y de zinc, aluminio y presensibilizadas, éstas últimas son las más usuales en la impresión de revistas. Las láminas se conocen como "master", "matriz" o "placas".

El transporte se realiza en insoladoras o marcos de vacío. A la lámina se le aplica sensibilizador y se coloca sobre el marco de vacío, encima de la lámina se pone el negativo (ya formado en pliego y perfectamente revisado) y se chequean pinzas y centros.

Después se asegura la plancha y se gira (de tal manera que el lado que contiene a la lámina y el negativo queda abajo) para exponerla por un determinado tiempo a luces especiales. Luego se retira la lámina y se le aplica revelador, se lava con agua y finalmente se le pone una capa de goma arábiga para proteger los textos e imágenes captadas. La lámina queda así lista para pasar a prensas.

### 3.11. Impresión

En la impresión se refleja el buen trabajo hecho en los negativos y el transporte. Aquí sólo se pasa lo captado por la lámina (en el transporte del negativo hacia ella) a una mantilla y de ésta al papel.

El offset como ya se dijo, es un sistema de impresión indirecto cuya base es la repelencia del agua y la tinta. La impresión se realiza por medio de rodillos mojadores, que depositan una fina película de agua sobre las láminas (en las áreas que no llevan imagen) y unos rodillos entintadores cubiertos por una mantilla de hule o caucho, entintan el área que no fue tocada por el agua. La mantilla traslada "suelta" la imagen y la imprime sobre el papel.

Los prensistas antes de iniciar el tiraje, hacen algunas pruebas de impresión, las cuales deberán cubrir los requerimientos de calidad y claridad. En esta etapa son de gran ayuda las guías de color, los rollos y cromalines para que la impresión en color sea lo más fiel posible. También es de gran utilidad el dummy del taller.

En el offset es básico el empleo de materiales de calidad, ya que por muy excelente que sea el trabajo humano realizado, si los materiales son deficientes, los resultados también lo serán.

En los impresos es muy efectivo el dicho de que lo barato sale caro, y lo mal hecho demerita todo el trabajo.

### 3.12. Acabado

La encuadernación o alguna otra operación de acabado, constituyen la última etapa de elaboración de la revista. Para encuadernar se dobla el papel en pliegos.

Los pliegos toman el nombre del número de páginas que los integran.

El grueso del papel influye en el número de dobleces, éstos son perpendiculares entre sí, con el fin de que cada pliego doblado tome la forma de cuadernillo con el lomo a la izquierda para engrapar y refinar posteriormente.

La mayoría de revistas se encuaderna "a caballo", es decir, se forman pliegos que en tamaño carta suelen ser de 16 páginas, 8 hojas y se van montando unos so bre otros, después se engrapan junto con los forros y se refinan.

El plegado y el engrapado se pueden hacer manualmente cuando se trata de tirajes pequeños de impresión por hoja. Los grandes tirajes emplean máquinas especiales.

Algunas revistas se encuadernan en pliegos paralelos y sus pliegos son pegados con una resina (hot melt). Este sistema de encuadernación es costoso y se usa principalmente cuando se trata de un gran número de páginas.

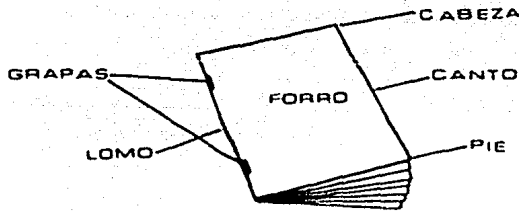
El engrapado central y el hot melt, permiten abrir perfectamente la revista. El engrapado es sencillo y económico pero sólo es factible para un determinado número de páginas (y de papel delgado).

El acabado contempla la terminación de los forros y el refine. A los forros se les aplica una capa ligera de plástico que resalta la presentación, o bien una impresión de barniz, ambas formas protegen la impresión del desgaste manual.

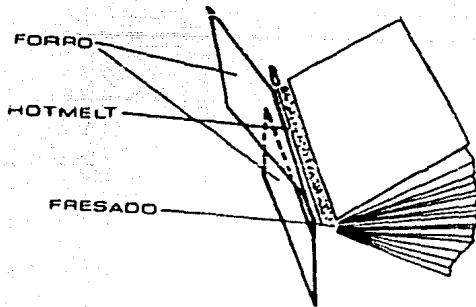
El refine consiste en cortar las revistas por los lados donde no están engrapadas, es decir: canto, pie y cabeza.

# ENCUADERNACION de REVISTAS

58



cosido



pegado

#### 4. Estudio de caso: ELABORACION DE LA REVISTA OFICIAL DE LA CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE ARTES GRAFICAS \_\_\_\_\_

##### 4.1. La revista

El primer número de la revista apareció en 1970, respondiendo a la necesidad de la Cámara, de contar con un órgano informativo que sirviera de enlace entre sus asociados en el aspecto interno, y que diera a conocer en el ámbito externo, sus puntos de vista en relación con el acontecer social, político y económico del país.

##### 4.1.1. Objetivos

Considerando que la revista es una publicación periódica que refleja la imagen de la Cámara, a través de la difusión de sus actividades, se tienen determinados los siguientes objetivos:

- 1) Informar ampliamente a los asociados sobre las actividades que realiza el consejo directivo nacional, así como las mesas directivas de Secciones, Delegaciones y Representaciones. (12)
- 2) Informar acerca de los acontecimientos del sector gráfico nacional e internacional.
- 3) Proporcionar información técnica para su actualización y desarrollo.
- 4) Dar a conocer los eventos sociales, culturales y técnicos organizados por las diferentes instituciones que representan a la industria.
- 5) Informar sobre disposiciones legales y financieras para el desarrollo integral de la industria.
- 6) Relacionar a los industriales con los fabricantes de maquinaria y accesorios, proveedores de materiales y prestadores de servicios.

---

(12) La Cámara tiene un consejo directivo nacional compuesto por representantes de las siete secciones que integran las actividades concernientes a la industria de artes gráficas. Estas son: Litografía-Offset y Rotografía, Tipografía e Imprenta, Fotograbado y Fotolito, Grabado en Acero y Timbrado, Serigrafía, Encuadernación y Otras Especialidades. Además cuenta con delegaciones y representaciones en algunos Estados de la República.

- 7) Servir de medio publicitario a quienes se relacionan con la industria.
- 8) Proporcionar información de interés social.
- 9) Ser un medio generador de ingresos a la Cámara.

#### 4.1.2. Características

Las características de la revista son:

- periodicidad: bimestral
- tiraje: 5000 ejemplares
- tamaño: carta (20.5 x 27.5 cms)
- páginas: 48
- papel: interiores en couché brillante 2 caras, 90 kgs. 57 x 87 cms. forros en couché brillante 2 caras, 110 kgs. 57 x 87 cms.
- impresión: offset (color y negro)
- encuadernación: "a caballo" con dos grapas al centro
- publicidad: en forros a color y en interiores a color y en negro.

Las secciones que integran la revista son:

- Mensaje del Presidente: equivale a el editorial y aborda temas relacionados con la problemática de la industria o con la situación del país.
- Servicios: informa sobre los servicios que presta a sus socios.
- Secciones, Delegaciones y Representaciones: informa sobre sus actividades, representantes e integrantes.
- Cursos y Conferencias: se resumen.
- Opinión: de algún funcionario del ramo industrial o comercial o de algún especialista en determinada área.
- Entérese: asuntos de interés respecto a políticas fiscales, trámites oficiales, instituciones públicas, educativas y de servicio.
- Proveedores: quienes son, productos que ofrecen, marcas que representan y eventos que realizan. Su función no es comercial sino orientadora.
- Publicidad: de fabricantes, proveedores o distribuidores de materiales y maquinaria para artes gráficas.

Siempre hay un balance de publicidad y contenido para que la primera no predomine sobre el segundo.

En la redacción del contenido, se evita la utilización de lenguaje técnico o de términos difíciles de entender, ya que los lectores son de diversas edades y preparación. Por otra parte, la revista es institucional y no técnica.

El diseño de la portada se realiza buscando lucir la calidad de reproducción de la industria gráfica y la estética, es decir el arte gráfico.

El diseño de las páginas interiores es agradable a la vista y facilita la asimilación de los mensajes.

Se trabaja compensando texto e imágenes a dos columnas de 20 cuadratines y -- tres de trece. La retícula está construida para 8 campos visuales (espacios) a dos columnas y 12 espacios para tres columnas. (ver página 81)

Por otra parte, la página está dividida en función de los tamaños de anuncios que se insertan: media página horizontal y vertical, un cuarto, un octavo y un dieciseisavo.

En el diseño se da especial interés al correcto manejo de los espacios en blanco.

La tipografía seleccionada es "Univers" y "Andover" en 10 puntos con interlínea de 2, es decir 10/12. Los títulos en 24 puntos y los subtítulos en 12, con interlínea de 2 puntos cada uno, es decir 24/26 y 12/14.

Se emplean tipos claros para el texto en general y se resalta con cursivas (itálicas) y negras (bold).

#### 4.1.3. Requisitos legales

El responsable de la publicación desde el punto de vista político es la Cámara Nacional de la Industria de Artes Gráficas como persona jurídica. El nombre de la revista es "Cámara Nacional de la Industria de Artes Gráficas". Las oficinas generales se ubican en Av. Río Churubusco número 428, colonia del Carmen, delegación Coyoacán teléfono 554-3500. La impresión se hace en "Impresiones Art co" calle 16 núm. 226, colonia San Pedro de los Pinos, teléfono 515-7909.



La revista es de periodicidad bimestral y distribución gratuita. Fue autorizada como correspondencia de segunda clase por la Dirección General de Correos con fecha 14 de octubre de 1969, número de control 1302.

La Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas otorgó el certificado de licitud de contenido número 1083 y de título el número 1829, bajo el expediente 1/432\*82\*/3155.

La Secretaría de Educación Pública a través de la Dirección General del Derecho de Autor, registró el título para uso exclusivo de la publicación con el oficio número 2925, expediente número 10957-59-85.

La circulación comprobada es de 5000 ejemplares y es un taller abierto a los anunciantes.

Los artículos pueden ser reproducidos dando créditos a la fuente e indicando la fecha en que se publicaron.

#### 4.1.4. Circulación

La revista circula entre los asociados de la Cámara, los distribuidores de materiales, refacciones y equipo para la industria, las escuelas de artes gráficas, las cámaras industriales, las embajadas y agencias de publicidad.

La distribución se hace por correo. Los anunciantes la reciben por mensajero, junto con su factura.

#### 4.1.5. Estructura editorial

La estructura editorial difiere un poco de los esquemas clásicos de una empresa periodística, debido principalmente a que se trata de una publicación de servicio de una institución privada.

La institución absorbe toda la actividad administrativa: contabilidad, envío y cobranza.

Todo el proceso productivo (fotocomposición, fotorreproducción, transporte, impresión y acabado) se manda a hacer fuera, es decir a maquilar.

No se tiene taller de impresión ni fotocomponedora debido a que se realizó un estudio y resultó que no era rentable contar con equipo porque la revista es bimestral y es el impreso principal que se realiza.

Por otra parte, la Cámara goza de descuentos y precios especiales en la mayoría de los productos y servicios que solicita, ya que está considerada como institución de servicio. Asimismo, realiza intercambios de publicidad con algunos proveedores y prestadores de servicios.

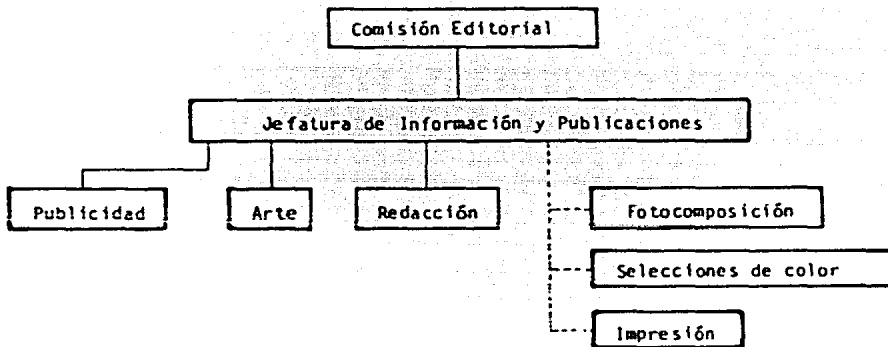
El organigrama establecido toma en cuenta únicamente las actividades relativas a la publicación (Redacción, arte, publicidad).

No se considera ni la distribución, ni lo administrativo, pues como ya se dijo, son actividades que absorbe directamente la Cámara.

Las actividades que realiza cada área se esquematizan en la descripción del procedimiento y el diagrama de flujo. En ellos se observan todas las relaciones y dependencias que existen entre las áreas de trabajo.

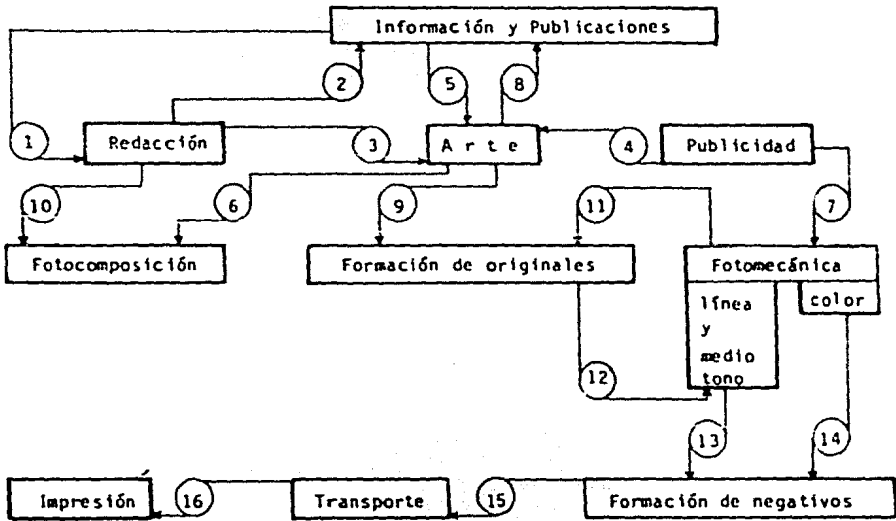
A continuación se reproducen, el organigrama de la revista, la descripción del procedimiento y el diagrama de flujo:

## ORGANIGRAMA



## DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO

| Nombre del procedimiento: Elaboración de revista CANIAG |                   |   |
|---|-------------------|---|
| Responsable   | A C T I V I D A D |   |
|   | No.               | DESCRIPCION                                   |
| Comisión Editorial                                      | 1                 | vigila y marca directrices políticas          |
|   | 2                 | da lineamientos para la planeación por número |
| Jefatura de Información y Publicaciones                 | 3                 | ejecuta indicaciones de Comisión Editorial    |
|   | 4                 | redacta el editorial                          |
|   | 5                 | coordina recopilación del material            |
|   | 6                 | organiza el material para su diagramado       |
|   | 7                 | revisa la calidad de todo el material         |
| Publicidad  | 8                 | promueve la venta de espacios                 |
|   | 9                 | entrega relación de anuncios y material       |
|   | 10                | solicita diseño de anuncios                   |
| Redacción   | 11                | recopila material textual y gráfico           |
|   | 12                | elabora contenido o coordina elaboración      |
|   | 13                | corrige estilo de colaboraciones              |
|   | 14                | corrige tipografía                            |
|   | 15                | coordina diagramación                         |
|   | 16                | revisa formación de originales                |
|   | 17                | realiza dummy de impresión                    |
|   | 18                | revisa y entrega material al impresor         |
| Arte  | 19                | diseña portada y anuncios                     |
|   | 20                | calcula tipografía                            |
|   | 21                | forma los originales para reproducción        |
| Fotocomposición   | 22                | fotocompone textos y hace correcciones        |
| Selección color   | 23                | hace selección de color de portada y anuncios |
| Impresión   | 24                | revisa material conforme a dummy              |
|   | 25                | coordina fotorreproducción y transporte       |
|   | 26                | revisa impresión y coordina acabado           |



1. plan de edición
2. material recopilado
3. contenido
4. roll de anuncios
5. portada
6. material para fotocomposición (textos)
7. material gráfico (foto/anuncios)
8. diagramación preliminar
9. diagramación definitiva
10. galeras
11. copias fotográficas
12. páginas formadas
13. negativos individuales de línea y medio tono
14. selecciones de color individuales
15. negativos en pliego
16. láminas terminadas



La comisión editorial es designada por el consejo directivo nacional, ésta define la política e ideología de la revista.

La jefatura de información y publicaciones está a cargo de la autora del presente trabajo, así como la redacción y la supervisión general de la edición. (de diciembre 1981 a mayo 1985.)

Los colaboradores son diversos y escriben exclusivamente sobre temas de interés para los industriales de artes gráficas.

El arte (diseño y formación) es responsabilidad del diseñador gráfico Arturo Méndez. La fotografía depende del licenciado en comunicación visual Rubén Loza. La venta de anuncios y atención de la publicidad es realizada por la licenciada en comunicación Isabel Treviño. (de diciembre 1981 a septiembre 1986.)

La composición tipográfica se hace en "Magnetipo" (avena 102 colonia Granjas Esmeralda, teléfono 582-0344). La selección de color de la portada y de algunos anuncios es realizada en "Color Electrónico" (super avenida Lomas Verdes 450 despachos 292 y 2 Naucalpan, Edo. de México, teléfono 393-6242). Los negativos, el transporte, la impresión y el acabado se hace en "Impresiones Artco". (de diciembre 1981 a la fecha).

#### 4.1.6. Programa general de actividades

Las actividades y tiempos de realización son:

- 1) Planeación de la edición, 2 días.
- 2) Recopilación del material (incluyendo anuncios) 10 días.
- 3) Cierre de edición (textos, fotografías, anuncios) 1 día.
- 4) Jerarquización y distribución del material, 2 días.
- 5) Diagramación, 2 días.
- 6) Preparación del material, 1 día.
- 7) Procesamiento del material, 5 días.
- 8) Formación, 5 días.
- 9) Entrega de material con dummy de impresión, 2 días.
- 10) Producción de negativos, 5 días.
- 11) Transporte, 2 días.
- 12) Impresión, 7 días.
- 13) Acabado, 3 días.

## 4.2. Etapas de elaboración

Para el estudio de caso se eligió la revista número 90, correspondiente al bimestre junio-julio de 1984. La elección se hizo al azar.

Las etapas de elaboración siempre son las mismas, sólo que a veces por más programación y planeación que se tenga, se realizan ajustes de última hora y éstos se hacen sobre la marcha.

### 4.2.1. Planeación de la edición

La portada de este número estaba destinada de antemano<sup>(13)</sup> a mostrar imágenes representativas de la sección de tipografía.

Al planear el contenido se consideran las páginas y espacios destinados a publicidad, según los contratos anuales.<sup>(14)</sup>

El contenido de la revista quedó definido de la siguiente manera:

- Mensaje del presidente: el tema sería la participación de los socios en las actividades y gestiones que realiza la Cámara.
- Secciones: visita de la sección de encuadernación a la empresa Janel-Sildorel.
- Conferencias: conferencias impartidas en el Centro de Capacitación y Adiestramiento para Trabajadores de Artes Gráficas; seminario de orientación e información sobre la ley del Seguro Social.
- Exposiciones: Adast'84 de Comersa.
- Convenios: convenio de cooperación con el SENAI de Brasil.
- Productividad: continuación de Análisis del desempeño para determinar causas de problemas de producción y administración.
- Opinión: planeación de la mercadotecnia; la industria mexicana en crisis; símbolos y actitudes.
- Proveedores: eventos realizados por Juana, Sinclair & Valentine y JM.
- Avances técnicos: sistemas de igualación de colores.
- Entérese: la formación de técnicos en artes gráficas en México (SETIS 12) y Brasil (SENAI).
- De interés para...: información sobre flexografía.

Al planear el contenido se toma en cuenta el interés que los temas puedan tener para los socios y en general para la industria.

(13) Los temas de portada se programan anualmente.

(14) La publicidad se vende para 6 números, los anuncios son los mismos todo el año.

#### 4.2.2. Recopilación del material

El reporte de cada evento realizado, así como las colaboraciones, se entregan acompañadas de sus respectivas fotografías e ilustraciones.

Cuando el material textual no va acompañado de material gráfico, se acude al archivo gráfico, el cual contiene fotografías e ilustraciones por temas y por especialidad. Cuando no se encuentra material para ilustrar, se solicita la realización de viñetas especiales y de fotografías alusivas al tema.

El proceso que se sigue para seleccionar el material fotográfico es el siguiente: se da una orden de trabajo al fotógrafo, se solicitan contactos de sus negativos y de ahí se eligen las fotografías.

Para las viñetas se trabajan dos o tres ideas por tema. Nunca se hacen caricaturas.

Los eventos son cubiertos a manera de nota informativa y las colaboraciones adoptan generalmente la forma de artículos de opinión.

Todos los originales se exigen con la mayor claridad posible, sobretodo en las indicaciones para lo que debe resaltarse, lo que irá en mayúsculas y las posiciones de fotografías, cuadros o viñetas.

En caso de reproducir material de otras revistas, se dan créditos a la fuente y es un requisito que el tema se encuentre relacionado directamente con la industria.

#### 4.2.3. Cierre de edición

Al cierre de edición se tiene toda la información que se había previsto en la planeación, más la relación completa de anuncios.

La información recopilada es la siguiente:

- Mensaje del presidente: Participación, una cuartilla, 1 foto.
- Delegaciones y Representaciones: ningún cambio (15)

(15) En cada número se dan créditos a los integrantes de las mesas directivas de las delegaciones y representaciones de la Cámara en el interior de la República. Esta información se corrige y actualiza para publicarse invariablemente en la página 5, frente al índice.



- Secciones: Visita de la Sección de Encuadernación, 1/2 cuartilla, 2 fotos.
- Seminario: Seminario de orientación e Información sobre la ley del Seguro Social, 1/2 cuartilla, 2 fotografías.
- Cecatag: (16) Conferencias Técnicas, 1 cuartilla, 4 fotografías.
- Exposiciones: Adast'84, 1/2 cuartilla, 1 fotografía.
- Productividad: Análisis del desempeño para determinar causas de problemas de producción y administración, 3 cuartillas.
- Eventos proveedores: Inauguración de la planta Industrial de Juama, 1/2 cuartilla, 1 fotografía. Cambio de razón social de Sinclair & Valentine, 1/4 cuartilla, 2 fotografías. Presentación de la T-Plus, 1/4 cuartilla, 1 fotografía.
- Mercadotecnia: Planeación de la mercadotecnia en la pequeña y mediana industria, 2 cuartillas.
- Convenio: Convenio de cooperación técnica SENAI- CANIAG, 1 cuartilla, 1 fotografía y 5 originales para reproducir en facsímil reducido. (facsímil es reproducción exacta).
- Opinión: La industria mexicana en la crisis, 6 cuartillas en mayúsculas para reproducir en aitas (por órdenes expresas del Sr. Jacobo Zaidenweber, presidente de la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos, Concamin) más 2 fotografías y 1 viñeta.
- Opinión: Símbolos y Actitudes, 2 cuartillas y 1 viñeta.
- De interés: La impresión flexográfica, 2 cuartillas, 1 viñeta.
- Entérese: Importante aportación del Centro de Estudios Tecnológicos Industrial y Servicios No. 16 Mexicano-Italiano, a la Industria de Artes Gráficas, 3 cuartillas.
- Entérese: La formación de técnicos en artes gráficas en el Brasil: las escuelas SENAI, 4 cuartillas y 4 fotografías.
- Avances técnicos: Nuevos sistemas de igualación de colores y mezcla de colores para serigrafistas, 2 cuartillas, 4 fotos.

La relación de anuncios se presenta con la copia del contrato firmado (orden de inserción), éste sirve únicamente para fines contables, cuando se trata de un anunciante anual, sólo se remite al número de contrato.

Para trabajo interno, se requiere además, de una orden de publicación.

(16) Son las siglas del centro de capacitación de la Cámara.

A continuación se presenta la relación de anuncios, una orden de inserción y una orden de publicación:

ANUNCIOS PARA LA REVISTA No. 90 / BIMESTRE: JUN-JUL, 1984

| No.                              | COMPARIA  | ANUNCIO   | ESPECIFICACIONES   |
|----------------------------------|---|---|--|
| 1<br>2<br>3                      | Picsa<br>Cosmográfica<br>Kimberly   | Aurelia 500<br>Perifoneos...<br>Que Panorama...                                       | 2a. forros/color<br>3a. forros/color<br>4a. forros/color                                     |
| 4<br>5                           | Laminados Prof.<br>Intergrafica   | Laminados<br>Uniman   | pág. 1/color<br>pág. 2/color   |
| 6/7<br>8/9<br>10/11              | Kodak<br>Juama<br>Resisto   | Es más...<br>Juama es<br>Por fin...   | centrales/color<br>2 págs./color<br>2 págs./color  |
| 12<br>13<br>14<br>15<br>16<br>17 | Color Electrónico<br>Sánchez<br>Crisoba<br>Fasson<br>LitoAccesorios<br>Grafinal | Avanzada tec.<br>Ultraset II<br>Un estímulo<br>Líder<br>Al servicio<br>Tintas para... | 1 pág./color<br>1 pág./color<br>1 pág./color<br>1 pág./color<br>1 pág./color<br>1 pág./color |
| 18<br>19                         | Hoechst<br>Koin   | Agua...<br>Artículos para   | 1 pág./2 tintas<br>1/2 pág./3 tintas   |
| 20<br>21<br>22                   | Juama<br>Polygraph<br>Rivas/Multicolor  | ¿quién es ?<br>Projekt<br>Rivas/Multicol.   | 1 pág./negro<br>1 pág./negro<br>1 pág./negro   |
| 23<br>24<br>25<br>26<br>27       | Fotonik<br>Comersa<br>Gaviota<br>Galform<br>Heidelberq                          | Tiene problemas<br>Avanzada maq.<br>Manufacturas<br>Maquila<br>A mitad                | 1/2 pág./negro<br>1/2 pág./negro<br>1/2 pág./negro<br>1/2 pág./negro<br>1/2 pág./negro       |
| 28<br>29<br>30                   | Athisa<br>Grabados Riezco<br>Cedag  | Fabricamos...<br>Hvo. domicilio<br>Primer anivers.                                    | 1/4 pág./negro<br>1/4 pág./negro<br>1/4 pág./negro   |
| 31                               | Dicarsa   | Ofrece  | 1/8 pág./negro   |

Los anuncios se enumeran como sigue: forros, páginas completas a todo color, - páginas y medias páginas que llevan colores extras (siempre y cuando sean colores básicos o bien combinaciones de los mismos), páginas a una tinta, medias, cuartos, octavos y dieciseisavos de página.



Cámara Nacional  
de la Industria de Artes Gráficas  
Av. Río Churubusco No. 428, Col. del Carmen,  
Coyoacán, México 21, D. F. Tel. 554-35-00

72

REVISTA  
CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA  
DE ARTES GRAFICAS

ORDEN DE INSERCIÓN DE ANUNCIO No. \_\_\_\_\_

Lugar y fecha: \_\_\_\_\_

Anunciante \_\_\_\_\_  
(nombre de la empresa)

Representada por \_\_\_\_\_  
(cargo)

Domicilio \_\_\_\_\_ Tel: \_\_\_\_\_

Revista No. \_\_\_\_\_ Bimestre \_\_\_\_\_

Lugar de inserción: \_\_\_\_\_

Especificaciones: \_\_\_\_\_

Importe de la publicación \$ \_\_\_\_\_

Elaboración de originales \$ \_\_\_\_\_

Selección(es) de color \$ \_\_\_\_\_

Otros: \$ \_\_\_\_\_

TOTAL: \$ \_\_\_\_\_

El Anunciante pagará el costo de los originales, fotografías, selecciones de color o cualquier otro trabajo derivado o complementario a la publicación aceptada en la Revista.

EL ANUNCIANTE

EL PUBLICISTA

CAMPA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE ARTES GRAFICAS

REVISTA N° \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_ ORDEN DE PUBLICACION N° \_\_\_\_\_

CLIENTE: \_\_\_\_\_

DIRECCION: \_\_\_\_\_ TELEFONO: \_\_\_\_\_

DESCRIPCION

TAMARO \_\_\_\_\_ LUGAR DE INSERCIÓN \_\_\_\_\_

OBSERVACIONES Y ESPECIFICACIONES TECNICAS:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_OTRAS OBSERVACIONES:

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ENTREGO ORIGINAL            | <input type="checkbox"/> CAMBIOS EN EL ORIGINAL   |
| <input type="checkbox"/> ELABORAR ORIGINAL           | <input type="checkbox"/> ENTREGO NEGATIVOS  |
| <input type="checkbox"/> ELABORAR NEGATIVOS          | <input type="checkbox"/> ENTREGO SELECCION DE COLOF   |
| <input type="checkbox"/> ELABORAR SELECCION DE COLOR | <input type="checkbox"/> ORIGINAL Y NEGATIVOS<br>ENTREGADOS ANTERIORMENTE<br>CON LA ORDEN N°. |

FORMULO: \_\_\_\_\_ RECIBIO \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
AUTORIZO

#### 4.2.4. Jerarquización y distribución del material

La información se jerarquiza según su importancia para la institución y sus asociados.

Primero se incluyen las actividades o eventos que se realizan y después los artículos de opinión, al final se deja la sección de entérese y la de avances técnicos.

La jerarquización y distribución se hacen de manera simultánea en la hoja de distribución, la cual incluye el número de temas que entran por edición, el orden que llevan las páginas y el número de pliego en que van.

Por la misma periodicidad de la revista y la repetición de anuncios en los 6 números del año, ya se sabe de antemano el número de tintas que lleva el frente y vuelta de cada pliego, lo cual facilita enormemente la diagramación. Asimismo, ya se tiene una idea aproximada del espacio que ocupará el material textual.

Ya reunido todo el material (textos, fotos y dibujos) y antes de proceder a la diagramación, la hoja de distribución puede ser alterada por el diagramador -- cuando hay disposiciones de última hora o bien, cuando hay menor o mayor cantidad de texto o material gráfico.

También puede alterarse cuando hay cambios o cancelaciones de anuncios o bien, anuncios de última hora.

La jerarquización del material también obedece al seguimiento de los objetivos planteados y a los recursos técnicos. Esta revista se imprime en offset, con forros y algunas páginas interiores en color. Motivo por el cual, al distribuir el material se van configurando pliegos.

La hoja de distribución da la pauta para la preparación del material, debido a que ya se tienen destinados los espacios a la información. Esta hoja se llena con los nombres de las secciones.

REVISTA No. 90

BIHESTRE: JUN-JUL,1984

| FORROS   | PORTADA               | CUARTA                  | TINTAS       |
|----------|-----------------------|-------------------------|--------------|
|          | Secc. Tipografía      | Kimberly                | frente-color |
|          | SEGUNDA<br>Pícsa      | TERCERA<br>Cosmográfica | vuelta-color |
| PLIEGO 1 | 1. Anuncio            | 48. Anuncio             | frente-color |
|          | 2. Anuncio            | 47. Anuncio             | vuelta-color |
|          | 3. Editorial          | 46. Avances téc.        |              |
|          | 4. Contenido          | 45. Anuncio             | frente-color |
| PLIEGO 2 | 5. Deleg. Rep.        | 44. Avances téc.        | frente-negro |
|          | 6. Secciones          | 43. Entérese            | vuelta-negro |
|          | 7. Anuncio            | 42. Entérese            |              |
|          | 8. Seminario/Anunc.   | 41. Entérese            | frente-negro |
| PLIEGO 3 | 9. Anuncio            | 40. Entérese            | frente-color |
|          | 10. Anuncio           | 39. De interés          | vuelta-color |
|          | 11. Anuncio           | 38. De interés          |              |
|          | 12. Cecatay           | 37. Anuncio             | frente-color |
| PLIEGO 4 | 13. Expositcs./Anunc. | 36. Opinión             | frente-color |
|          | 14. Productividad     | 35. Anuncio             | vuelta-color |
|          | 15. Produc./Anunc.    | 34. Opinión             |              |
|          | 16. Anuncio           | 33. Opinión             | frente-color |
| PLIEGO 5 | 17. Anuncio           | 32. Opinión             | frente-color |
|          | 18. Eventos Prov.     | 31. Opinión             | vuelta-negro |
|          | 19. Anuncio           | 30. Opinión             |              |
|          | 20. Anuncio           | 29. Opinión             | frente-color |
| PLIEGO 6 | 21. Anuncio           | 28. Anuncio             | frente-color |
|          | 22. Mercadotecnia     | 27. Convenio            | vuelta-negro |
|          | 23. Mercad./Anunc.    | 26. Convenio            |              |
|          | 24. Anuncio           | 25. Anuncio             | frente-color |

#### 4.2.5. Diagramación

La diagramación se basa en la construcción de la retícula, así como en las indicaciones realizadas al distribuir el material.

El uso de la retícula simplifica el diagramado, ya que ordena de manera sencilla y rápida todo el material.

Al diagramar se da especial interés al texto, las fotografías e ilustraciones se adaptan a los espacios sobrantes. Con la retícula es fácil determinar los tamaños en que va a reproducirse, ya que todo el espacio está controlado tanto vertical (columnas) como horizontalmente (líneas). Se parte del principio de que toda diagonal que parta de cualquier línea horizontal, debe cruzar necesariamente con alguna que la justifique en una columna determinada.

La retícula tiene trazos para 2 columnas de 20 cuadratines cada una y 3 de 13 cuadratines con un cuadratín de mediano (separación). También tiene 54 líneas horizontales que corresponden al número de líneas que entran por columna en tamaño de 10 puntos con interlíneas de 2, es decir 10/12, ya sabemos que en 20 cuadratines entran 61 caracteres y en 13 entran 40 caracteres. (ver página 78).

Para diagramar se toman en cuenta las zonas de preferencia de cada página, la relación de anuncios y la jerarquización dada en la distribución del material, sin embargo hay algunas indicaciones que se siguen invariablemente:

- la identificación de las secciones va en el margen superior de la página, cargada al extremo del corte.
- después de la identificación de sección va una línea horizontal del punto 0.5 y de 45 cuadratines de largo.
- el folio va en el margen inferior de la página, cargado al extremo del corte (en los números de este año, se colocó en la parte inferior central de cada página, el logotipo del 20 aniversario de la Cámara).
- antes del folio va una línea horizontal del punto 0.5 a 45 cuadratines de largo.
- los títulos de las notas y artículos van al centro de la página.

- los anuncios que van dentro de las páginas (medias, cuartos, octavos y dieciseisavos) nunca ocupan lugares preferenciales. En las páginas se da prioridad a la información.
- las instrucciones para reproducción siempre van lo suficientemente claras.
- las fotografías se descomponen en medios tonos de finos lineajes (130 y 150).
- el material gráfico lleva en la parte posterior el número de página a la que corresponde, y si lleva algún corte proporcional, se marca con lápiz grueso por el frente. Las medidas siempre se marcan en centímetros.
- los anuncios van con todas las anotaciones necesarias para su reproducción y de ser posible, con la prueba impresa.

El producto final de la diagramación es un diagrama al tamaño que incluye la distribución exacta del material en cada página. También se realiza la cuadrícula para el número correspondiente, ubicando a las páginas por pliego.

A continuación se reproduce la retícula que se emplea y la cuadrícula del número 90.





# CUADRICULA

## No. 90

### Fecha: Jun/Jul - 84

4a Portada

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Número y Sección        |  |
| "panorama" "propaganda" |  |

Fte. COLOR

2a 3a

|                 |                       |
|-----------------|-----------------------|
| Picra "aurelia" | Comografía "perminas" |
|-----------------|-----------------------|

Via. COLOR

|                         |             |
|-------------------------|-------------|
| 45 Mapas "retróspicuas" | 4 Contenido |
| Gratinal                | Laminados   |
| 48                      | 1           |

Fte. COLOR

p.1

|                          |                      |
|--------------------------|----------------------|
| 3 Mensaje del Presidente | 46 Avances "figuras" |
| 2                        | 47                   |
| Integración "uniman"     | Intenciones          |

NEGRO

|                                      |                                   |
|--------------------------------------|-----------------------------------|
| 41 Exátesis "información de la mano" | 8 Seminario "MSS" "Tolman"        |
| 44 Avances "figuras"                 | 5 Delegaciones y Representaciones |

Fte. NEGRO

p.2

|                         |                                     |
|-------------------------|-------------------------------------|
| 7 Juama "Egones"        | 42 Exátesis "Formación de Técnicos" |
| 6 Secciones "entuberas" | 3 Interese "Formación de Técnicos"  |

NEGRO

|                           |                                   |
|---------------------------|-----------------------------------|
| 37 Fison "lider"          | 12 Cereales "confesiones"         |
| 40 Exátesis "importantes" | 9 Exátesis "Electronica Avanzada" |

Fte. COLOR

p.3

|               |   |
|---------------|---|
| 11 Juama "es" | 38 de interés "impresión Aleograpia" Koin |
| 10 Juama "es" | 39 de interés "impresión Aleograpia"      |

COLOR

|                                   |                                   |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 33 Opinión "una crítica mexicana" | 16 Resist "por fin"               |
| 36 Opinión "simbolos"             | 13 Repostiones "Adapt 74" Comersa |

Fte. COLOR

p.4

|                                  |                                  |
|----------------------------------|----------------------------------|
| 15 Opinión "simbolos" Heubelberg | 34 Opinión "simbolos" Heubelberg |
| 14 Producción "Análisis III"     | 35 Química "Hochst" "Aqua"       |

COLOR

|                                  |                                |
|----------------------------------|--------------------------------|
| 29 Opinión "adul" "avanzada"     | 20 Guaita "Sa forma" "maguila" |
| 32 Opinión "aleograpia mexicana" | 17 "Bent" "por fin"            |

Fte. COLOR

p.5

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| 19 Polygraph project             | 30 Opinión "la industria mexicana"        |
| 18 Exátesis "Juama, Siacine, SM" | 31 Impresión "Kinas" "OFFSET" "Huttenber" |

NEGRO

|                             |                       |
|-----------------------------|-----------------------|
| 25 Kodak "es más"           | 24 Kodak "es más"     |
| 28 San Rafael "un estímulo" | 21 Saacher "ultrasel" |

Fte. COLOR

p.6

|                              |                              |
|------------------------------|------------------------------|
| 23 Mer-cato "tecnico" (edag) | 26 Convenio "Senad" "Cumany" |
| 22 Mer-cato "plausación"     | 27 Convenio "Senad" "Cumany" |

NEGRO

#### 4.2.6. Preparación del material

El material textual se revisa y se marca para su procesamiento técnico, asimismo, se revisa la calidad del material gráfico.

El cálculo tipográfico se hace línea contra línea, es decir que el número de caracteres tipográficos que entran en una medida de cuadratines, corresponden al número de golpes en que se mecanografian los textos (cada golpe equivale a un carácter). De esta manera se sigue un cálculo preciso sobre el número de líneas que entran por columna (en las de 20 cuadratines entran 61 caracteres y en las de 13 cuadratines entran 40 caracteres).

Esta técnica evita varios problemas de correcciones y ajustes posteriores. El margen de error es de más o menos 3 líneas, por ello las cuartillas en que se representan los originales mecanografiados están marcados en 28 líneas por 61 caracteres. (ver página 81)

El número de golpes en que se transcribe una nota, depende del ancho en que se rá publicada. Se tiene por regla general que la información breve vaya en columnas de 13 cuadratines y la extensa en columnas de 20 cuadratines, es decir a 40 caracteres (golpes) y 61 caracteres (golpes), respectivamente.

Para resaltar algunos aspectos del contenido, se utilizan los cambios tipográficos (cursivas y negras).

Las fotografías que serán reproducidas se eligen de la plantilla de contactos y se solicitan en tamaño de 5 x 7 pulgadas y en papel mate para evitar reflejos en la reproducción fotomecánica.

En esta etapa se diseña la portada. El diseño tiene como base las fotografías de una prensa tipográfica "Chandler", una componedora "Ludlow" y una caja de tipos metálicos. Como fondo del diseño, se muestran algunos de los diversos tipos de letras que existen.

No se corrige estilo, los textos se transcriben tal y como se reciben.

## HOJA PARA LA PRESENTACION DE MECANOFRAFIADOS

1234567890123456789012345678901234567890123456789012345678901

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

Los textos se marcan para su fotocomposición de la siguiente manera:

- los nombres de secciones en "andover" negro de 14 puntos en altas, excepto el mensaje del presidente, que va en altas y bajas.
- los folios en andover negro de 10 puntos.
- el contenido (índice) en "univers" de 10 puntos con un interlínea de 2 (10/12) en negras (nombres de secciones) y cursivas (nombres de notas).
- los créditos y nombres del consejo directivo nacional en univers 10/12 negras (cargos generales), cursivas (cargos específicos) y blancas (nombres), en altas.
- los requisitos legales y los nombres de los consejos directivos de delegaciones y representaciones en univers 8/10 cursivas (nombres de delegaciones y representaciones y cargos) y blancas (nombres), en altas y bajas.
- los títulos breves en andover blanco de 24 puntos, en altas y bajas, excepto del mensaje del presidente que va en altas.
- los nombres de los autores en andover cursivo blanco de 10 puntos, en altas y bajas.
- los títulos extensos en andover blanco 18/20 en altas y bajas.
- los textos extensos (más de una cuartilla) en andover 10/12 en altas y bajas, (aunque en este número se incluyó un artículo en altas, asimismo se incluyeron 3 artículos en univers 10/12 altas y bajas) a 20 cuadratines.
- los textos breves (media a una cuartilla) en andover 10/12 en altas y bajas a 13 cuadratines (aunque en este número se incluyó una nota en 8/10).
- en el cuerpo de los textos se respetan las indicaciones marcadas por los autores y que son las definidas en la presentación de originales.

El marcado tipográfico se hace tomando en cuenta los espacios destinados para cada nota al hacer la distribución del material.

#### 4.2.7. Procesamiento del material

La fotocomposición se hace siguiendo las marcaciones de los textos. Las galeras se reciben en fotocopia (ya revisada por los correctores de 'Magnetipo' y corregida por ellos mismos) y en originales. La fotocopia se utiliza para "machotear" cada página, según lo diagramado, en caso de haber ajustes, se realizan en esta etapa. Las galeras originales se utilizan para la formación.

Al "machotear" se hacen indicaciones específicas sobre cada página, ya que el formador se basa en el "machote" para ejecutar su trabajo.

#### 4.2.8. Formación

La formación se hace siguiendo fielmente la diagramación, por lo tanto, su principal herramienta es el dummy diagramado (hecho con fotostáticas en "machote"), las galeras tipográficas y el material gráfico (ya con indicaciones).

Los textos se colocan en los lugares delimitados. Donde irán fotografías se pega papel negro para que al hacer el negativo de cada página, lo negro quede como ventana (en blanco) y en ese espacio se coloque el medio tono en el lineaje requerido. Las viñetas y cuadros se pegan directamente (cuando están al tamaño) o bien se deja el espacio para su inserción.

Las instrucciones para la reproducción se hacen sobre la camisa de los originales y éstas son lo suficientemente claras.

Al finalizar la formación, el diagramador revisa el seguimiento de sus indicaciones y conjunta todo el material, incluyendo los anuncios. En caso de que los anuncios de color no vayan con negativos, se manda a hacer la selección de color, comprobando su correcta ejecución. Los anuncios que van en negro o en separación de color, se hacen junto con los negativos de la revista.

Los avances de la formación se visualizan en la cuadrícula, ésta sirve también como indicador de los avances de fotorreproducción, transporte, impresión y acabado. La cuadrícula contiene todas las páginas y pliegos con sus gufas de contenido y reproducción.

El formador además de la cuadrícula, prepara el dummy de impresión, el cual contiene los pliegos doblados y montados de tal forma que simulen las páginas de la revista. Este dummy sirve de gufa al producir los negativos, al imprimir y al encuadernar.

Tanto originales como dummy, se entregan impecables y precisos al técnico fotomecánico, quien revisa simultáneamente la entrega completa del material.

Cuando se tienen pruebas impresas de los anuncios, se anexan en su respectiva página junto con sus negativos.

#### 4.2.9. Producción de negativos

La producción de negativos tiene las siguientes fases:

- Se reproduce el material de línea
- Se realizan los medios tonos
- Se forman las páginas (insertando los medios tonos, gráficas, etc.)
- Se forman los pliegos de negro
- Se forman los pliegos de color
- Se efectúa una comprobación de las indicaciones anotadas en las camisas.
- Se comprueba la exactitud de las marcas de corte y registro

Estas fases se realizan tomando como base las indicaciones anotadas en los originales y el dummy de impresión.

Los pliegos se revisan y se autorizan para su transporte, por lo que se entregan formados y anexando el dummy de impresión con las pruebas impresas (que se tengan) de los anuncios.

#### 4.2.10. Transporte

El transporte se concreta a reproducir en láminas presensibilizadas, lo captado por los negativos.

Una vez que se procesan las láminas, son turnadas a los técnicos impresores, quienes a su vez revisan la correcta ejecución de las mismas.

Cuando hay pruebas impresas de anuncios, se anexan a su respectiva lámina.

#### 4.2.11. impresión

Los impresores revisan los rodillos, la tinta y el agua y después sacan las primeras pruebas, éstas una vez autorizadas se convierten en las muestras de la calidad de impresión que se debe alcanzar. Los pliegos que van en negro no tienen gran problema, sin embargo los que van en color, deben observar un registro preciso y una excelente nitidez.

Cuando se cuenta con pruebas impresas de los anuncios en color, se alcanza la misma calidad de reproducción o de ser posible, se mejora.

El primer pliego que se imprime es el de forros, ya que estos normalmente se plastifican por el frente y la vuelta. Aunque algunas veces sólo se barnizan. (17)

Después de imprimir los forros, se imprimen los pliegos en negro y posteriormente los de color.

#### 4.2.12. Acabado

El acabado consiste en hacer los dobleces a los pliegos (2 naturales -dos mitades-) para encuadernarlos 'a caballo', e ir compaginando.

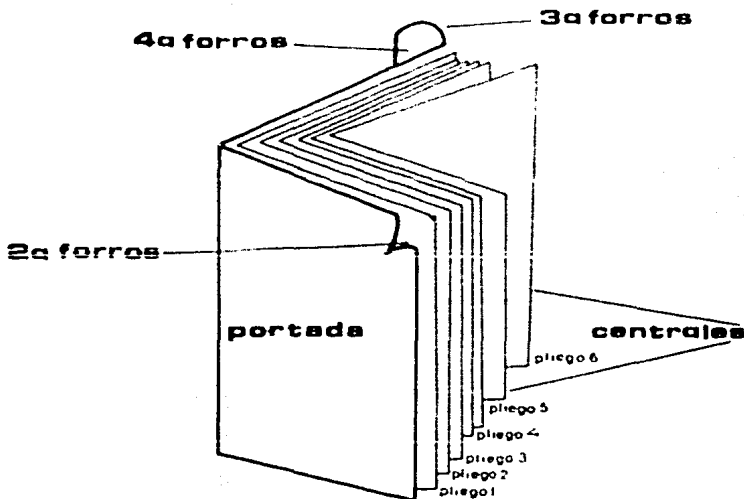
La última fase de la producción y del acabado es el engrapado y refino de las revistas.

---

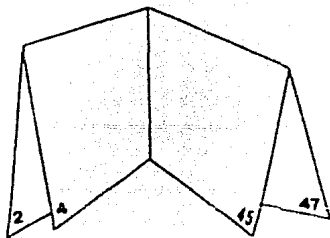
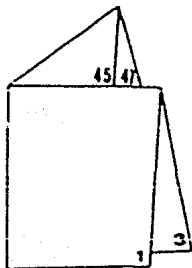
(17) Cuando no se cierra a tiempo el intercambio con la compañía plastificadora, o se retrasa la edición, ya que las compañías que prestan sus servicios (plastificador, impresor) tienen plazos determinados para la recepción y entrega del trabajo.



# DUMMY de IMPRESION

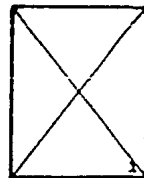
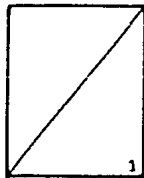


pliego 1



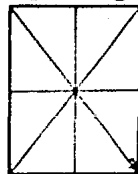
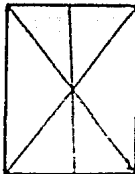
## Avances por Etapa (indicaciones)

FORMACION NEGATIVO/LAMINA



IMPRESION

ACABADO



## CONCLUSIONES

---

Para hacer una revista se requiere el conocimiento integral de las etapas que conforman el proceso de elaboración de revistas.

Todas las etapas son importantes y se relacionan constantemente, no se puede ni debe menospreciar ninguna.

La presentación y el contenido forman una unidad indivisible. Por lo tanto, el profesional de la comunicación dedicado a esta labor, debe contar con elementos para realizar contenidos y tener conocimientos para elegir y distribuir textos y apoyos gráficos. Asimismo, debe tener nociones de impresión y acabado de impresos, ya que no todos los sistemas presentan las mismas dificultades ni los mismos resultados.

La aceptación del mensaje impreso, depende en primera instancia, de su presentación física (papel, tamaño, acabado) e impresa (disposición de textos y apoyos gráficos, espacios en blanco, colores) ya que el contacto inicial, se establece visualmente.

Si la revista impacta a la vista, atraerá a su lectura y contribuirá a que el contenido cumpla su cometido.

El éxito del realizador de revistas depende, además del conocimiento y dominio del área, de la adecuada planeación y organización de actividades, tiempos de realización, relaciones y dependencias de quienes participan en dicha labor.

Se deben conocer los alcances y limitaciones técnicas y humanas para contar con un método organizado que permita optimizar recursos y emplear ordenadamente los materiales e instrumentos de realización.

Hacer revistas es una actividad que aporta experiencia para iniciarse en la coordinación editorial y la realización de impresos en general, tareas que requieren cada vez de mayor especialización, debido a la demanda constante de comunicación impresa y a la ausencia de profesionistas, con especialidad en medios impresos, cuya labor sea lograr la asimilación de mensajes utilizando no sólo la estética sino la comunicación.

No se trata de reproducir mensajes "bonitos", se trata de integrar conocimientos y técnicas para que éstos funcionen, comuniquen y sean asimilados por quien los recibe.

Esta guía no es definitiva, ni pretende ofrecer recetas infalibles, ni decir la última palabra sobre el tema, simplemente es un auxiliar para emprender la elaboración de una revista, ya sobre la marcha se afinarán y modificarán detalles, de acuerdo a las necesidades que se presenten.

Algunas etapas, sobre todo las relacionadas con aspectos técnicos son útiles en este momento, sin embargo, serán cambiadas a futuro, ya que constantemente se alcanzan avances que cambian los instrumentos con los que se realizan los procesos de reproducción.

Es muy importante admitir que nuestra labor al comunicar un mensaje en forma impresa, no termina con la entrega del original mecanografiado, es nuestra responsabilidad conocer su presentación definitiva, debemos considerar que nuestra actividad es la comunicación y debemos crear y comunicar mensajes.

Por otra parte, cuando se tiene como función elaborar una revista o coordinar su elaboración, no basta con saber de contenidos, se debe conocer el diseño o diagramación del mismo, los procesos previos a la impresión y la impresión y acabado. Sólo así se estará cumpliendo eficazmente.

Un buen contenido por excelente que sea, si no está bien organizado e impreso, no invitará a leerlo. Asimismo, un buen diseño por excelente, estético y funcional, y a pesar de una impresión impecable, no podrá ocultar un contenido deficiente.

## FUENTES

Bibliografía consultada:

Alonso, Martín. Ciencia del Lenguaje y Arte del Estilo. Tomo 1. Madrid. Ed. Aguilar, 1980. 889 pp.

Arellano, Jesús. Cómo presentar originales y corregir pruebas para su edición. Dirección General de Publicaciones. México, UNAM. 1976. 29 pp.

Arnold, C. Edmund. Tipografía y Diagramado para Periódicos. USA. Ed. Mergenthaler Linotype Co. y Sociedad Interamericana de Prensa. 1981. 286 pp.

Baena Paz, Guillermina. Instrumentos de Investigación. México. Editores Unidos Mexicanos. 1981. 134 pp.

Borrás Leopoldo. Elementos para la Diagramación de Diarios. Tesis de Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva, F. C. P. S. 1972. 182 pp.

Demoney, Jerry. Montaje de Originales Gráficos para su Reproducción. Barcelona. Ed. Gustavo Gili. 1983. 163 pp.

Diario Oficial. Tomo CCLXVIII. No. 9. 13 de julio de 1978. México, D.F.

Harold, Evans. Diseño y Compaginación de la Prensa Diaria. Barcelona. Ed. Gustavo Gili. 1984. 228pp.

González Reyna, Susana. Manual de Redacción e Investigación Documental. México, Ed. Trillas. 1980. 181 pp.

Ley federal del Derecho de Autor. México. Ed. Andrade. 1976. 150 pp.

Ley de Vfas Generales de Comunicaciones. México. Ed. Andrade. 1976  
950 pp.

Ley de imprenta. México. Ed. Libros Económicos. 1978. 11 pp.

Murray, Ray. Manual de Técnicas para Diseñadores Gráficos. Barcelona.  
Ed. Gustavo Gili. 1980. 200 pp.

Entrevistas realizadas:

Echeverría, Oscar. Técnico en fotocomposición. Enero 1984, Abril 1985,  
Mayo 1986.

Flores, Raúl. Técnico fotorreproductor. Octubre 1985.

Loza, Rubén. Fotógrafo profesional. Marzo 1984.

Méndez, Arturo. Diseñador Gráfico. Marzo 1984, Abril 1985.

Menéndez, Joaquín. Editor. Enero 1984, Octubre 1985.

Pichel, José. Profesor UNAM. Diciembre 1985, Junio 1986, Julio 1987.

Salinas, Pedro. Técnico impresor. Octubre 1985.

Torres, Juan. Técnico transportista. Octubre 1985.

Treviño, Isabel. Publicista. Marzo 1984.

## G L O S A R I O

**a**

**Acabado:** Terminación del impreso, incluye la encuadernación y algún otro acabado en los forros (barnizado o laminado).

**Acetato:** Hoja transparente de plástico, se utiliza para sobreponer textos o imágenes a los originales para fotorreproducción.

**Agata:** Se utiliza como unidad de medida para el largo de columnas, principalmente de periódicos. Vale 5 y medio puntos, 1/4 de pulgada.

**Alineación:** Disposición de los elementos de una página (texto o imagen) en una línea base común, horizontal o vertical.

**Ampliación:** Amplificación a un tamaño deseado de una imagen o texto, encuadrados a un tamaño proporcional.

**Artes Gráficas:** Nombre general que abarca las diversas especialidades y procedimientos que intervienen al realizar impresos.

**b**

**Bicromía:** Proceso de la ilustración en el que la imagen se imprime a dos colores, también se conoce como bitono o duotono.

**Boceto:** Forma en que se presenta un diseño, también se le conoce como "dummy", su función consiste en interpretar una idea y presentarla en forma clara. Muestra la disposición de los elementos de un diseño. El de líneas generales determina las proporciones y la disposición de las masas de texto e imágenes y títulos principales. El diseñado consiste en mostrar el dibujo completo y detallado del impreso, es el máximo acercamiento a lo que se quiere. El esquemático coloca la gufa de cada página y/o los colores o tintas que lleva; éste dummy se conoce como de impresión. El sistemático hace el efecto de impreso terminado.

**Biancos:** Espacios del impreso no cubiertos por texto ni ilustraciones.

**Bold:** Véase negra.

Bristol: Cartulina de calidad de fina superficie.

## C

Cabeza: Línea o líneas de caracteres que en una página indican el tema de que trata el texto. Parte superior de una hoja, página, etc.

Caja de impresión: Límite del material que se imprimirá.

Cálculo tipográfico: Elección del tipo de letra, tamaño, interlineado y ancho de columna, así como el cálculo aproximado de la extensión del texto y del espacio que ocupará en una página.

Cámara fotomecánica: Cámara en la que se hacen negativos y/o positivos de los originales, para su posterior reproducción. Se pueden obtener de línea y medio tono. También hace separaciones de color, su proceso es más lento que en el Scanner pero el resultado es similar. Hay verticales y horizontales.

Cambio tipográfico: Cambio de tipo, tamaño de letra, interlineado o anchura de una columna.

Camisa: Protección que se le coloca al original, debe ser de un papel que permita la visibilidad, no necesariamente transparente, sobre ella se pueden escribir instrucciones y correcciones.

Capitular: Véase inicial.

Cara: Cada una de las superficies opuestas de un material en hojas: papel, cartón, láminas, etc. En el caso del pliego de impresión, se determina blanco o anverso (frente) de la cara que se imprime primero o retracción o reverso - (vuelta) la cara opuesta.

Cartel: Hoja de papel, cartulina, cartón, lámina metálica, plástico o madera, impreso por una sola cara, impreso con fines propagandísticos o publicitarios.

Caracter: Letras, números, signos de puntuación, etc. individuales que aparecen en un original.

Catálogo de tipos: Catálogo que contiene muestras de todos los tipos, incluidos los tamaños, y variantes, que pueden obtenerse por medio de la composición tipográfica.

Cian: Véase cyan.

Circulación: Forma en que circula la revista, consiste fundamentalmente en la distribución y ventas.

Colores básicos: Colores de los cuales parte toda la gama de colores conocidos, ellos son: magenta, amarillo y cyan, el negro es complementario. Los tres colores se utilizan para la obtención de tricromía, en la cuatricromía se agrega el negro.

Columna: División horizontal de una página.

Composición en caliente: La que supone fusión de metal que al contacto con las matrices, produce líneas de una sola pieza o de caracteres sueltos dispuestos a imprimirse tipográficamente.

Composición en frío: La que se realiza sin la intervención de metal. Se efectúa por fotocomposición (sobre película o papel fotográfico), y por dactilocomposición (sobre celofán, couché, bond). Se destina a impresión en offset y huecograbado.

Composición manual: La que se efectúa colocando las letras manualmente y de forma individual. Por ejemplo los tipos metálicos que se acomodan en una caja o los tipos adheribles.

Compugraphic: Marca de una máquina de fotocomposición.

Compuuser: Marca de una máquina de dactilocomposición.

Condensado: Tipo estrecho, alargado.



Cortes: Señales que se utilizan para indicar en donde se elimina una parte de la imagen. Se marcan sobre la camisa o la parte trasera de la imagen.

Corrección de estilo: Lectura de un original para conocer el contenido y corregir, ortografía, gramática, puntuación pero respetando el estilo del autor.

Corrección tipográfica: Corrección de tipo, tamaño de letra, interlineado o anchura de una columna, se realiza con signos establecidos.

Consecutivas: Pruebas impresas de la separación de cada uno de los colores básicos, también se conocen como pruebas de roll y son de gran utilidad para el impresor, ya que se observan por separado las pruebas de los colores y sobreposición de éstos.

Contenido: Material seleccionado por el emisor para expresar su propósito, puede ser texto, imágenes o combinaciones.

Couché: Papel de acabado liso, de presentación recomendable para impresos de calidad. Existe en diferentes medidas y pesos.

Cromalín: Prueba impresa de la selección de colores. Su utilidad es estética pero también sirve de guía al impresor. En esta prueba se observa en un sólo papel la imagen que será impresa.

Cuadratín: Es un cuadrado de lado igual al cuerpo del tipo, su tamaño exacto depende del cuerpo que se trate. Por ejemplo, un cuadratín de 8 puntos es un cuadrado de 9 x 8 pts. Se utiliza para medir espacios, sangrías, tamaño de columnas y páginas. También se le conoce como pica o cícero.

Cuartilla: Cuarta parte de una hoja de papel de tamaño básico. Hoja tamaño carta, con aproximadamente 28 renglones por 60 golpes.

Cuerpo: Tamaño de las letras, se mide en puntos.

Cursiva: Letra inclinada a la derecha. Se conoce también como itálica.

Cyan: Tinta azul claro, uno de los colores básicos para la reproducción en color.

**d**  
Dactilocomposición: Composición de textos realizada en hojas de papel o de soportes translúcidos con máquinas de escribir especiales. Es más económica que la fotocomposición pero tiene menos posibilidades.

Diagramación: Planeación de la configuración de las páginas de una revista, cuando ya tiene un diseño definido. La horizontal o apaisada se basa en divisiones rectangulares; la vertical sigue el curso de las columnas naturales; la mixta resulta de la combinación de figuras apaisadas y rectangulares en posición vertical; la simétrica parte del hecho de que cada página se divide en dos o más partes iguales, cada una de ellas para un mensaje.

Diseño: Proceso de creación visual, su propósito es comunicar un mensaje lo más claro y traducido visualmente.

Dobladora: Véase plegadora.

Doblez: Dobladura, pliegue.

Doble página: Dos páginas contiguas en las que el material impreso es continuo, como si se tratase de una sola.

Dummy: Véase boceto.

Duotono: Véase bicromía.

**e**

Editar: Sacar a luz, publicar

Encuadernación blanda: Encuadernación con tapas flexibles.

Entipología: Disciplina que realiza el estudio sistemático de los impresos y sus aspectos componentes.

Escala diagonal: Método de determinación de proporciones de ampliación o reducción de una imagen, basada en el trazo de una diagonal.

Espaciar: Insertar espacios entre letras, palabras o líneas.

Estilo: Forma personal de redactar, diseñar o crear algo. Características peculiares de un alfabeto o grupo de caracteres.

**f**

Familia: Conjunto de caracteres del mismo estilo que han sido obtenidos del mismo diseño y tienen el mismo nombre. Tienen sus variantes: letra redonda (medium), cursiva (itálica), negra (bold), según su inclinación y trazo.

Filo: Línea o margen sencillo que divide o enmarca.

Foliar: Colocar el número a las páginas.

Folio: Número de página. Hoja de papel de 22 x 32 cms.

Formación de negativos: Con los negativos individuales de cada página, formar pliegos de 2, 4, 8 ó 16 páginas.

Formación de originales: Colocar sobre papel firme los textos y/o imágenes en el lugar asignado para ellos en el diseño y/o la diagramación.

Formato: Forma, tamaño y características de la hoja en que se imprime. Se relaciona con la máquina impresora que se utilice.

Forro: Cubierta o tapa.

Fotocomposición: Sistema de composición de textos mediante fotografía.

Fotorreproducción: Proceso en el que se hacen negativos, positivos y copias fotográficas de originales. También se conoce como fotolito o fotomecánica.

g

Galera: Columna de tipografía ya procesada.

Gramaje: Peso en gramos de una hoja de papel de un metro cuadrado de superficie.

Gufa de color: Cambios o indicaciones de color en los textos, líneas, imágenes o fondos del original. Conjunto de pruebas sucesivas de color que sirven de gufa al impresor.

h

Hoja: Pliego de papel de tamaño normal, que se usa ordinariamente para la escritura a mano o máquina. Pliego de papel con dos caras llamadas páginas.

i

Ilustración: Material ilustrativo (fotografías, dibujos, gráficas).

Imagen: Medio de comunicación visual, debe ser sencillo y lógico a primera vista.

Impreso: Término con el que se designan en general distintos productos de la industria gráfica, constituidos por hojas impresas, dobladas o no, abarcando módulos, formularios, volantes, etc.

Inicial: Primer letra al comienzo de un capítulo o párrafo, puede estar alineada a la primera línea del texto o puede abarcar varias líneas. También se llama capitular.

Injerto: Inserción de una parte (faltante o corrección) a un negativo o positivo. También se conoce como inserto.

Interlineado: Distancia vertical entre línea y línea, entre renglones, realizado mediante interlíneas.

Invertir: Dar la vuelta al negativo antes de procesar la lámina para reproducir una imagen. Cambiar las relaciones de negro y blanco y de negativo a positivo y viceversa.

Itálica: Véase cursiva.

Justificar: Hacer que todas las líneas de una composición tengan la misma medida (en cuadratines). Ajustar las líneas o ilustraciones dentro de una página, evitando su cambio de posición.

Laminado: Véase plastificado.

Layout: Véase pauta.

Legibilidad: Característica que hace que unas cuantas palabras salten del papel y lleguen a la comprensión del lector, sin que éste tenga una verdadera conciencia de lo que está leyendo, por ejemplo la señal ALTO que nadie 'lee' realmente, pero capta inmediatamente.

Letraset: Hoja transparente y delgada de acetato, de dos capas y revestida de color, adaptada a tinta de impresión.

Leyenda: Texto descriptivo impreso bajo una ilustración, es más común aunque in correcto emplear las palabras 'título' o 'pie'.

Light: Tipo de letra estrecho, alargado.

Logotipo: Una palabra o serie de letras unidas en un conjunto. Un dibujo que simbolice otros elementos, los cuales se representan de manera simplificada.

Lomo: Parte de la página que queda engrapada o cosida.

Líneas de corte: Señales de corte en la página.

Líneas de dobléz: Señales de dobléz en la página, ya sea para su configuración individual o en conjunto.

Linotipo: Tipos en línea. Máquina de composición tipográfica provista de un teclado que funde líneas completas justificadas formando una sola pieza.

Litografía: Reproducción de imágenes a partir de una superficie de piedra entintada, basada en la natural repelencia del agua y la tinta.

**m**

Mancha: Superficie impresa de la página, sin los márgenes.

Mantilla: Cilindro utilizado en el offset para transferir las imágenes entintadas desde la superficie de impresión al papel.

Manuscrito: Cualquier texto utilizado para componer e imprimir.

Magenta: Tono rojo, empleado para la impresión en color, no es el rojo puro, ya que éste se logra con la combinación de amarillo y magenta.

Marcar: Determinar todos los detalles para componer el texto, dar instrucción de su proceso tipográfico.

Marca de agua: Imagen reproducida en el papel muy levemente, ya sea durante su fabricación o para utilizarla de fondo.

Marcos de corte: Angulos de cartón o papel con los que se puede cubrir la parte que no se utilizará de una imagen.

Marcos de vacío: Máquina donde se realiza el transporte de los negativos a las láminas que se colocarán en la máquina de impresión (prensa).

Márgenes: El espacio que queda entre el texto o imagen y la línea de corte. Zonas en blanco que rodean lo impreso.

Mascarilla: Bloqueo de una parte del negativo para que no sea reproducida, se hace con opaco o cinta adhesiva roja.

Mate: Superficie no brillante.

Material gráfico: Apoyos visuales que contendrá la revista, pueden ser: fotografías, gráficas, viñetas, ilustraciones.

Material textual: Textos que contendrá la revista.

Mecánico para impresión: Véase original para impresión.

Medio tono: Descomposición de la imagen en tramas punteadas de diferente densidad. Tonos intermedios entre el negro y el blanco, conseguidos por tramas de diferentes densidades.

Medium: Véase redonda.

Montaje: Combinación de fragmentos de varios dibujos y fotografías para formar un sólo original.

Muaré: Forma impredecible que aparece al sobreimpresor incorrectamente dos o más zonas tramadas. También se conoce como moaré.

**N**

Negativo: Película que se obtiene al fotografiar originales, la imagen que se obtiene es invertida (lo negro del original sale blanco en el negativo y lo blanco del original sale negro). Hay de línea que son textos y líneas, es decir no hay tonos medios; de medio tono el cual capta imágenes con tramas de diferentes densidades; y de tono continuo el cual no está tramado.

Negra: Letra pesada, también se conoce como bold.

Nylonprint: Sistema de impresión basado en un grabado en relieve hecho de nylon. La impresión es directa.

**O**

Octavo: Pliego de papel doblado por la mitad tres veces para hacer un cuadernillo de las páginas.

Offset: Sistema de impresión indirecto, la tinta pasa de la lámina a una mantilla y de ahí se transfiere al papel.

Opaco: Líquido que se usa para tapar o eliminar en el negativo las zonas no deseadas.

Orlas: Líneas o dibujos decorativos que se dibujan, se aplican por transferencia o se componen tipográficamente.

Original: Página terminada, lista para iniciar el proceso previo para su reproducción. Texto mecanografiado que contiene la información que será reproducida.

Originales (mecánicos) para reproducción: Dibujo, fotografía, ilustración, textos, colocados en forma precisa y limpia en el lugar asignado para ellos en el diseño y listos para reproducirse.

Original para tipografía: Textos mecanografiados que se reciben para su cálculo tipográfico y delimitación de espacio.

**P**

Pantone: Catálogo de colores de tintas de impresión que incluye las proporciones de tintas que se deben aplicar para la obtención de los colores existentes. Hay pantones para cada sistema de reproducción.

Pantalla: Color disminuido en densidades o tonalidades del mismo, se marca en porcentajes.

Página: Cada una de las caras de que consta una hoja.

Paginación: Distribución y numeración de páginas.

Páginas impares: Las páginas de la derecha de cualquier publicación, llevan números impares.

Páginas pares: Las páginas de la izquierda de cualquier publicación, llevan números pares.

Paste-Up: Formación de originales, pegado de textos, fotografías, gráficas, ilustraciones en los sitios asignados en el diseño y/o diagramación.

Pauta: Conjunto de indicaciones para señalar márgenes, columnas, zonas para textos, ilustraciones, títulos y folios, a fin de estandarizar las páginas de una revista. Se conoce layout o retícula.

Perfilado: Proceso de dibujar el perfil de una imagen original de modo que se obtenga el contorno deseado.



Pica: Unidad tipográfica que equivale a 12 pts. y se emplea para medir el ancho de renglones, ancho de márgenes, longitud de columna, párrafos, etc. También se conoce como cuadratín.

PMS (Pantone Matching System): El sistema de coincidencia de colores de uso más generalizado.

Pie: Equivale al nombre de la fotografía o ilustración. Parte inferior de una página. Los pies de fotografía o ilustración, no deben iniciarse con las palabras: 'como puede verse', 'como se observa', etc.

Pliego: Conjunto de páginas ya formadas que se imprimirán al mismo tiempo, se usa para papel y negativos. Para las máquinas también se utiliza, no obstante es más generalizada la denominación por medida de impresión de la máquina.

Plastificado: Aplicación de una película de plástico transparente a una superficie para darle brillo y conferirle una protección especial (adicional). También se conoce como laminado, su uso levanta la presentación del impreso.

Plegadora: Máquina que dobla hojas.

Portada: Primer y más importante página de cualquier publicación. Su realización requiere conocimientos técnicos, funcionales y estéticos.

Positivo: Base de película transparente que lleva una imagen tal y como la vemos al natural.

Prensa: Máquina de impresión, ya sea tipográfica o de offset.

Proporción: Instrucciones en un original para señalar que una reducción o ampliación guarda proporción con una medida dada.

Prueba fina: Muestra de la composición tipográfica.

Pruebas de roll: Veáse consecutivas.

Punto: Unidad de medida tipográfica. El punto americano mide 0.2535 mm y el punto didot mide 0.376 mm. Se utiliza para la medición de tipos, interlíneas y plecas. 12 puntos equivalen a un cuadratín. (En México es más usual el punto americano).

R  
Rebasado: Indicación de cuando el texto o la imagen de un original sobrepasarán las líneas de corte.

Recursos tipográficos: Cambios de tipos y tamaños de letras para resaltar un mensaje o descansar la lectura.

Redonda: Letra normal, también se le conoce como blanca y medium.

Reducción: Reducción a un tamaño deseado de una imagen o texto, encuadrado en un tamaño proporcional.

Registro: Coincidencia exacta de las formas o colores superpuestos de manera que se impriman en su posición correcta, mediante el ajuste de las líneas que para ello se marcan.

Repintado: Transferencia accidental de la imagen de una hoja al dorso de la otra.

Retícula: División de una superficie en espacios reducidos a modo de reja, para ordenar los elementos de la configuración de una página. Trama, cuadrícula de líneas muy finas que se usa para imprimir medios tonos, descomponiéndolos en puntos. Número de puntos por unidad de superficie en un bloque de medios tonos, según este número sea alto o bajo, la impresión será diferente.

Rotativa: Página de impresión circular (cilindro contra cilindro) recibe el papel en bobinas y se usa en la impresión de grandes tirajes.

S  
Sangría: Espacio en blanco al principio de una o varias líneas.

Satinado: Papel con superficie lisa y brillante.

Scanner: Cámara fotográfica que basa su trabajo en la utilización del rayo láser para la separación de los colores básicos, también realiza medios tonos. Se basa en un sistema computarizado y su calidad reproductora es óptima.

Secuencia de colores: Orden aceptado de impresión para cuatro colores: amarillo, magenta, cyan y negro.

Selección de color: Separación de los colores básicos que contiene el original.

Separación de colores: Método para aplicar dos o más colores a una hoja, separando los tipos y bloqueos de cada color desde la primera posición.

Serie: Cada una de las variedades dentro de una familia tipográfica.

Sobreimpresión: Imprimir sobre una hoja previamente impresa.

**t**

Tipo: Letra.

Tipómetro: Regla especial para medir los puntos y cuadratines.

Tipografía: Tipo de letra. También es un sistema de impresión directo.

Tiraje: Número de ejemplares de que consta una edición. Se conoce también como tirada o tiro.

Tono continuo: Imagen sin punto que emplea la escala de grises naturales.

Trama: Serie de puntos en los que se descompone una imagen, hay de diversas densidades. También se conoce como retícula.

Transferibles: Letras transferibles por frotación (étraset).

Transporte: Proceso por el cual se transporta la imagen de un negativo a una lámina.

Trazado: Gufa de líneas que se usa para asegurar la consistencia y exactitud de un trabajo.

V

Ventana: Hueco que se deja en el negativo para colocar otro.

Versal: Letra mayúscula.

Versalita: Letra mayúscula de igual tamaño que la minúscula de su mismo cuerpo.

Viñetas: Dibujos alusivos al tema tratado.

Viudas: Líneas cortas, generalmente van al final de cada párrafo.

W

Web-Offset: Impresión offset en rotativa o bobina.

Zip-a-tone: Tintas impresas en películas brillantes, transparentes y mates, que se emplean en la preparación de originales diseñados para su reproducción. Es una marca de material transferible.

Z

Zonas de atención: Partes de la página donde se concentra la atención del lector. En las revistas la atención se centra en las páginas impares y dentro de ellas el extremo derecho. Las páginas pares tienen su zona de atención en el extremo izquierdo y ambas (par e impar) tienen una zona de atención común: el extremo superior.