



**Universidad Nacional Autónoma de México**

**Escuela Nacional de Artes Plásticas**

**“La función del Coeditor Gráfico  
en la sección Cultura del periódico Reforma”**

TESIS

que para obtener el título de:

**Licenciada en Comunicación Gráfica**

PRESENTA

**Xóchitl Elfega González Ayala**

Director de Tesis: Lic. Jaime Cortés

México, DF. 2000

2000-13

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SECRETARÍA DE CULTURA Y FOLCLORE  
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS  
MEXICO D.F.



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

*A mis padres, por su amor infinito.*

*A mis hermanos, por su entusiasmo.*

*Al Dr. Máximo Carvajal, por su confianza.*

*A mis amigos.*

---

Introducción .....	9
1. El periódico como medio de comunicación .....	13
1.1 Una visión de los medios de comunicación .....	17
1.2 Importancia de la prensa frente a otros medios .....	20
1.3 El diseño dentro del periodismo .....	22
1.4 Elementos de comunicación para el diseño del mensaje periodístico, específicamente en <i>Reforma</i> .....	27
2. El Periódico <i>Reforma</i> .....	31
2.1 Antecedentes .....	35
2.1.1 Breves antecedentes del periodismo .....	36
2.1.2 El periodismo en México hoy .....	44
2.1.3 Cómo surge <i>Reforma</i> .....	46
2.2 Características generales del periódico <i>Reforma</i> .....	53
2.2.1 Las secciones del periódico .....	55
2.2.2 Cómo funciona <i>Reforma</i> .....	60
2.2.2.1 El equipo de trabajo de una sección .....	60
2.2.2.2 Proceso de elaboración del periódico .....	61
3. La sección Cultura .....	67
3.1 Noción general de Cultura .....	71
3.2 Cultura en <i>Reforma</i> .....	73
3.3 Características generales de la sección Cultura .....	75
3.3.1 Personas que intervienen en la sección .....	76
3.3.2 Los géneros periodísticos .....	77
3.3.3 Las fuentes informativas .....	81
3.3.4 El espacio informativo .....	82
3.3.5 El espacio publicitario .....	84
3.4 Características de diseño .....	85
3.4.1 Diagramación y Layout .....	87
3.4.2 Fuentes tipográficas .....	88
3.4.3 Estilos gráficos .....	92
3.4.4 Columnas y secciones fijas .....	93
3.4.5 Recursos gráficos periodísticos .....	95
3.5 Qué es el Coeditor gráfico .....	96
3.6 Proceso de diseño .....	97
3.6.1 Junta editorial de Cultura .....	98
3.6.2 Selección del material gráfico .....	99
3.6.3 Diseño de portada .....	100
3.6.4 Diseño de páginas interiores .....	102
3.7 Negativos y pre prensa .....	103

4. Retos y soluciones específicas .....	105
4.1 Criterios para el diseño.....	109
4.2 Solución tipográfica .....	111
4.3 Solución mixta.....	126
4.4 Otro ejemplo .....	132
Conclusiones .....	137
Bibliografía.....	143

México es un país en constante evolución y hambriento de cambios. Aquí, como en todo el mundo, el hombre ha encontrado diferentes formas de manifestarse y de mantenerse informado.

Los medios de comunicación han tenido un desarrollo paulatino que ha sido paralelo a la historia de las civilizaciones. El periódico es uno de los más antiguos que se conocen. Antes, la transmisión de cualquier información sólo era oral; posteriormente, con la invención de la escritura, los mensajes escritos cobraron fundamental importancia, misma que se ha logrado mantener a través del tiempo y que aun con la invención, primero, de la radio y la televisión, y ahora del internet, hace que los medios impresos ocupen un lugar preponderante en la obtención de información.

Actualmente existe una infinidad de periódicos y la diferencia entre uno y otro siempre se encuentra principalmente en su línea editorial y tendencia política. No es nuevo el hecho de que algunos medios están controlados por el gobierno, la iniciativa privada e incluso, la iglesia, como lo tampoco lo es que el lector se incline por una publicación u otra de acuerdo con sus propios intereses, creencias y convicciones.

Sin embargo, de unos años a la fecha, se percibe un nuevo factor en esta decisión: la forma visual que adquiere el contenido. *Reforma* ha puesto especial interés en este aspecto con el objetivo de lograr un periodismo visual, en el que las imágenes se conviertan en un factor fundamental en la transmisión de noticias y otros tipos de información.

El trabajo de tesis que aquí presento es un acercamiento a la labor que desempeña el comunicador gráfico en este tipo de periodismo, particularmente en la sección Cultura del periódico *Reforma*.

Dentro del ámbito de *Reforma*, el diseñador (comunicador gráfico) es conocido como Coeditor gráfico y su función es crear la imagen de la información, en donde esta última debe quedar reflejada visualmente. Con este fin, ha sido creada una estructura de trabajo en donde cada área está bien definida y es autosuficiente, tiene sus propios diseñadores y editores, pero internamente es una labor interdependiente, en donde se van encadenando las responsabilidades para llegar a una solución.

A continuación también hago una revisión de como ha sido el desarrollo del periodismo en México y, posteriormente, cómo ha evolucionado el diseño en este medio: Antes era un trabajo que realizaban los mismos reporteros o editores; con el tiempo, los diseñadores gráficos han ido incursionando en esta nueva vertiente. Así, incluyo una breve explicación de los géneros periodísticos y cuál es su respuesta gráfica.

Al particularizar sobre la sección Cultura, que es la que me ha brindado mayor experiencia, hago una reflexión de lo que el término cultura significa para *Reforma*, ya que este es el concepto básico que pretendemos día con día reflejar, y asimismo apunto la importancia que tiene el involucramiento del diseñador con el contenido de su trabajo.

Además explico el proceso que hemos desarrollado y perfeccionado en cinco años de trabajo, cuáles son las responsabilidades del Coeditor gráfico y su relación con el resto del equipo. A la vez, expongo cuáles son los recursos gráficos periodísticos de los que hacemos uso para enriquecer la información.

Finalmente, planteo algunos ejemplos de páginas en las que he podido aplicar mis conocimientos como comunicadora gráfica y el criterio que he ido desarrollando basado en mi experiencia de un lustro.

# EL PERIÓDICO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

---

- 1.1 Una visión de los medios de comunicación
- 1.2 Importancia de la prensa frente a otros medios
- 1.3 El diseño dentro del periodismo
- 1.4 Elementos de comunicación para el diseño  
del mensaje periodístico, específicamente  
en *Reforma*

## 1.1 UNA VISIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El proceso evolutivo del hombre se extiende a lo largo de 70 millones de años, durante los cuales fue desarrollando diversas formas de comunicación y estrategias de supervivencia de acuerdo con sus necesidades inmediatas.

El desarrollo fue paulatino y tuvieron que pasar siglos para que el hombre pudiera transmitir mensajes de un continente a otro.

La historia del hombre nos demuestra que la evolución de la existencia humana ha sido paralela al desarrollo de su forma de comunicación. Melvin L. De Fleur y Sandra J. Ball-Rokeach explican este desarrollo mediante una teoría de transiciones de acuerdo con "los diferentes estadios en el desarrollo de la comunicación humana, cada uno de los cuales tiene profundas consecuencias tanto para la vida social colectiva, como para la individual."<sup>1</sup> Es decir, épocas asociadas al desarrollo de las primeras formas de transmisión, el lenguaje, la escritura, la impresión y la comunicación de los medios de masas.

La primera de las etapas fue la era de los signos y las señales. Le siguió la era del habla y el lenguaje con la aparición del hombre de Cro-Magnon. Posteriormente, los seres humanos hicieron la transición a la era de la escritura y es hasta 1455 que comenzó la era de la imprenta. Finalmente, la era de los me-

dios de comunicación de masas comenzó a principios del siglo XIX con la aparición de la prensa escrita, aunque no fue sino hasta el siglo XX que realmente cobró fuerza con la invención de la radio, la televisión y el cine.

Las primeras manifestaciones de comunicación se dieron en la era de los signos y las señales. En ese entonces, nuestros antepasados utilizaban un lenguaje corporal, puesto que oralmente sólo podían emitir ruidos y chillidos. Tenían que simplificar los mensajes y la forma de transmisión era lenta.

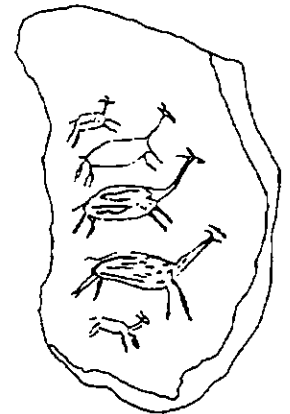
Durante la era del habla y el lenguaje, el hombre encontró en las pinturas rupestres una forma de transmitir mensajes. Pintaba, en las paredes de las cuevas, fantásticas representaciones de animales y seres humanos. "Las pinturas del hombre de Cro-Magnon pueden muy bien haber sido los primeros intentos de guardar información: los precursores de la escritura".<sup>2</sup>

El origen del habla y el lenguaje se remonta aproximadamente a 40 mil años. Gracias a este avance el hombre empezó a ser capaz de recordar, transmitir, recibir y comprender mensajes más largos y complejos.

En la era de la escritura los cambios fueron muy significativos: de dibujos estilizados y pinturas que representaban ideas complejas, pasaron a letras simples



△ La evolución de la existencia humana ha sido paralela al desarrollo de su forma de comunicación.

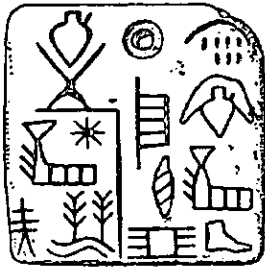


△ El hombre encontró en las pinturas rupestres una forma de transmitir mensajes.

<sup>1</sup> DE FLEUR, Melvin L. y Sandra J. Ball-Rokeach, *Teoría de la comunicación de masas*. Ediciones Paidós, México, 1996, p. 26

<sup>2</sup> *ibid.* p. 35





▲ Para poder transmitir los mensajes fácilmente, el hombre comenzó a escribir sobre maderas livianas o papel.



▲ Johann Gutenberg (1397-1468) es considerado el inventor de la imprenta.

que significaban sonidos específicos. Esto significó el primer paso a la escritura.

En Mesopotamia y Egipto desarrollaron símbolos gráficos que representaban ideas y convencionalizaron reglas para que en conjunto pudieran contar historias, mientras que en el Golfo Pérsico el desarrollo de la escritura fue diferente: los símbolos representaban sonidos específicos, por lo que era menor el número de símbolos y así era más fácil recordar el mensaje.

Para esta época el ser humano ya era capaz de transmitir mensajes orales y gráficos. Su nueva preocupación era cómo transportar la escritura fácilmente, ya que hasta ese momento escribía sólo en piedra. Entonces comenzó a escribir sobre maderas livianas y papeles perdurables. Este nuevo cambio en su forma de comunicar abrió nuevas posibilidades en su vida social y cultural.

Después de la escritura, el logro más importante del hombre en la conservación del pensamiento e ideas ha sido la imprenta. Johann Gutenberg descubrió un sistema único para hacer los caracteres de imprenta y, a partir de una prensa tipo tornillo para las uvas, adecuó una prensa para imprimir papel.

Más adelante, la idea básica del periódico se presentó en el Continente europeo. En un principio se distribuían pequeños periódicos y folletos, cuyo costo era elevado y por lo tanto no era accesible para toda la gente. El momento en que se encontró la forma de financiar un periódico barato y de amplia distribución, marca el nacimiento del primer medio de comunicación de masas, hecho que revolucionó la vida del ser humano, pues representó grandes cambios sociales, culturales y económicos.

A principios de este siglo, con el surgimiento del cine a consecuencia de la acumulación de logros científicos y como diversión familiar principalmente, la comunicación de masas cobra mayor fuerza. En este entorno, posteriormente aparece la radio como un sistema de comunicación inmediata que alcanzó su esplendor en la década de los 50.

En 1940, la televisión entra triunfante a los hogares. Su aceptación fue rápida, ya que la gente, acostumbrada a la pantalla del cine, no dudó en elegir esta nueva opción como medio de entretenimiento y de información.

Estos han sido los momentos más importantes de la comunicación humana. Desde que existe el hombre, la necesidad de comunicarse se ha mantenido presente; por lo tanto también se ha mantenido una evolución en la forma de hacerlo. En un principio era por medio de señas y ruidos, ahora contamos con medios de tecnología avanzada como es el Internet; pero la inquietud ha sido siempre la misma: conseguir sistemas de comunicación rápidos que lleguen al mayor número de personas posible. Sin duda, cada nuevo medio aportó recursos diferentes que, de una u otra forma, provocaron cambios importantes en la sociedad.

Dentro de esta evolución de los medios, la publicidad fue un factor determinante, ya que para ser un medio masivo, el acceso tenía que ser de bajo costo. Esto obligó a los medios a buscar la forma de economizar la producción. En 1833, el *New York Sun*, diario norteamericano, inicia su publicación, pero con un giro diferente al resto de los periódicos: incluye relatos de interés humano y a veces sensacionalistas, con

lo que se hace un diario más atractivo para el ciudadano y para los anunciantes comerciales. Así se creó un vínculo importante entre el anunciante, los operadores de los medios y el público.

En cuanto a la radio, en la medida en que ésta evolucionaba, su auditorio se incrementó, ya que la gente encontraba en ella una forma de combinar la música con el entretenimiento. Ante este hecho, la demanda de los anunciantes aumentó. Para la radio, la publicidad constituía una fuente segura de ingresos y para los anunciantes una forma de darse a conocer. En cuanto a la televisión, el público ya estaba acostumbrado a los anuncios publicitarios, por lo que sólo representaba un vehículo más efectivo para aumentar las ventas. Por ello la publicidad siempre estuvo presente en este medio.

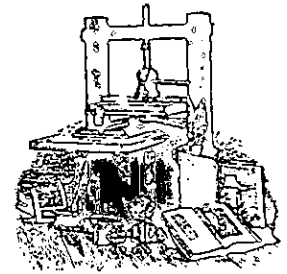
El caso del cine fue diferente, pues al principio sólo representaba un importante avance tecnológico y el aspecto económico pasaba a un segundo plano. Las películas exhibidas eran de baja calidad. Después, cuando el cine se fue convirtiendo en un medio de entretenimiento y las exigencias del público aumentaron, surgieron empresarios cinematográficos, los cuales invertían en el cine estando seguros de que, además de que la recuperación de su dinero sería muy rápida, las ganancias serían favorables. Como la entrada al cine era muy barata, la concu-

rencia era muy amplia, por lo que la presencia de la publicidad no fue un factor determinante para el desarrollo del medio.

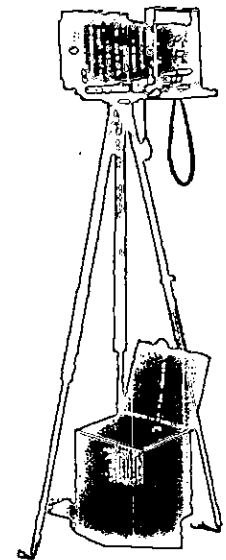
Durante toda la historia del hombre, la cultura y el pensamiento se han visto fuertemente influidos por los procesos de comunicación de masas. Consciente de esto, el gobierno ha jugado un papel importante en los medios, pues ha monopolizado algunos de ellos y ha estructurado ciertas reglas para restringir y a veces acabar con la libre expresión.

Actualmente, estos cuatro medios masivos siguen existiendo, pero ahora frente a nuevas realidades y necesidades. La tecnología avanza cada vez con mayor rapidez: Ahora se pueda acceder a un periódico nacional o extranjero via Internet; se habla de una decadencia de la pantalla grande frente al cine en video; la televisión y la radio ya no son las únicas formas de entretenimiento y de mantenerse informado. Las opciones comienzan a ser mayores, pero aun así cada medio lucha por subsistir.

“Los medios de comunicación constituyen una industria creciente y cambiante que da empleo, produce bienes y servicios y alimenta industrias afines; también forman una institución en sí mismos, al desarrollar sus propias reglas y normas, que vinculan la institución a la sociedad y a otras instituciones sociales”.<sup>3</sup>



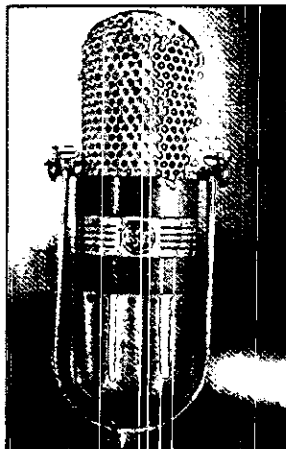
△ La invención de la imprenta contribuyó a la producción de libros y folletos.



△ En la medida en que el cine fue evolucionando, se fue convirtiendo en un importante medio de entretenimiento.

<sup>3</sup> MC QUAIL, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Editorial Paidós, p. 21

## 1.2 IMPORTANCIA DE LA PRENSA FRENTE A OTROS MEDIOS



Δ Mientras que la radio es un medio fácil de acceder, pues puede ser escuchada en muchos lugares...



... la televisión conserva la característica de mostrar imágenes (muchas veces simultáneas a los hechos).

Las condiciones políticas, económicas y culturales han sido de gran importancia para que los medios funcionen como lo hacen. La libertad de prensa, el apoyo publicitario, la protección de la fuente informativa y la iniciativa privada han sido factores determinantes en su evolución.

Cada medio de comunicación ha desarrollado a lo largo de su historia rasgos distintivos que le otorgan su identidad, su importancia y preferencia dentro de la sociedad. Y es que "los medios de comunicación de masas tienen una estructura de *controles* en cierto modo única, una serie de *normas* específicas institucionalizadas que los conecta con su público y sus lectores, y un *contenido* característico. Han desarrollado formas específicas de apoyo *financiero* y han establecido claramente relaciones entre unos y otros".<sup>4</sup> Por ejemplo, el periodismo escrito ha desarrollado sus propias estrategias de venta, publicidad e información, que son muy diferentes a las del periodismo televisivo, pues las circunstancias de trabajo y el medio para comunicar, papel y televisión respectivamente, son diferentes y demandan estrategias distintas. El fin es el mismo, comunicar; la forma es la que hace la diferencia, tanto por el contenido como por la emisión.

La sociedad se ha ido haciendo más compleja con el paso del tiempo y, si-

multáneamente, se ha ido incrementando la necesidad de mejorar los medios. La rapidez de la transmisión de los mensajes y la distancia son dos factores determinantes para su funcionalidad. En la medida en que la tecnología ha favorecido a los medios, la importancia de éstos ha crecido. Actualmente, mediante la radio podemos escuchar una noticia en el mismo momento que está sucediendo; la televisión tiene la peculiar característica de llevarnos hasta el lugar de los hechos y permite dejar ver al espectador los sucesos, y el periódico, hoy en día, se puede consultar vía electrónica el mismo día de su publicación y en cualquier parte del mundo. Hoy por hoy, la gran mayoría de la población tiene acceso a uno u otro medio, pues la necesidad de mantenerse informado es cada vez más grande, y la comunicación vía Internet poco a poco llega a un mayor número de personas.

La permanencia es otra característica importante que conserva principalmente el periódico. La información no es inmediata como en la televisión, pero aun así, no tarda más de 24 horas en estar en manos del lector, con la ventaja de que es un medio que puede ser guardado y consultado en cualquier momento.

Los medios de comunicación de masas son empresas que compiten entre sí y están inmersos en una compleja red

<sup>4</sup> DE FLEUR, Melvin L. y Sandra J. Ball-Rokeach, *Teoría de la comunicación de masas*, Ediciones Paidós, México, 1996, p. 75

de limitaciones que les son señaladas por los organismos gubernamentales, por los códigos morales de la sociedad, por sus propias estructuras organizativas y por los anunciantes que los apoyan. Además, en un país donde se vive aparentemente una democracia, se puede hablar también de algunos derechos que involucren a ciertos medios, como son el derecho a la libertad de prensa, el derecho a la intimidad del ciudadano y el derecho del ciudadano a recibir un juicio correcto, entre otros. Así, los medios masivos tienen una responsabilidad social en donde no pueden dejar de lado el concepto de sociedad como grupos de personas con diferentes intereses y modos de vida. De ahí que existan, además de diferentes medios, diferentes tendencias y, por lo tanto, diferentes públicos y necesidades.

Todos los medios de comunicación emiten mensajes, ya sean noticiosos, de entretenimiento o informativos. Todos pasan por tres procesos: el primero es la recopilación o creación de información, el segundo es el procesamiento de la información y, por último, la difusión de la misma. En la prensa escrita es el reportero quien recopila la información, el editor la procesa y su medio de difusión es el papel periódico. Sus características básicas son: la permanencia, que ya se mencionó anteriormente; su diversidad, en cuanto a que existen innumerables publicaciones de diferentes tendencias que dan cobertura a todo tipo de público y su fácil transportación, por lo que el lector lo puede llevar consigo y recurrir a él en cualquier momento.

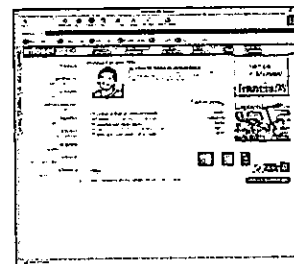
Si concebimos a los medios como un sistema de obtener información, podemos hablar de una dependencia del individuo hacia los medios. Por su na-

turalidad misma, el ser humano ha desarrollado una necesidad de informarse de lo que pasa a su alrededor y cada persona es libre de hacerlo mediante el medio que le sea más accesible: por ejemplo, el que no sabe leer tal vez preferirá ver la televisión, y para el que no dispone de tiempo para informarse en forma visual o audiovisual, su mejor opción será escuchar la radio.

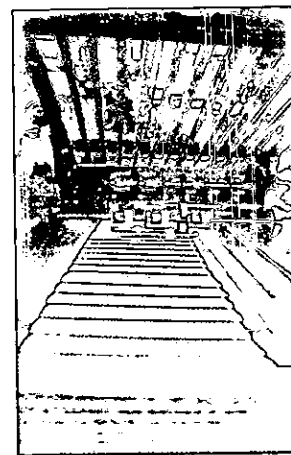
Pensando sobre las características de los medios masivos de comunicación, cada uno presenta ventajas y desventajas frente a los otros medios. Aunque muchos afirman que el periódico está en decadencia, yo no me atrevería a decirlo. Más bien existe una crisis general en los medios y, ante todo, una crisis de credibilidad en el ejercicio periodístico, ya sea transmitido por radio, televisión o prensa escrita. Este hecho puede ser consecuencia principalmente de la manipulación del gobierno a los medios; sin embargo, hay indicios del comienzo de una nueva era de democracia en el país, en donde simultáneamente hay una lucha interna de los medios de comunicación por demostrar que cada uno es claro y legítimo, con la firme intención de recuperar su público mediante la credibilidad.

Es por esto que cada uno se esfuerza por mejorar el contenido de su información y la presentación de la misma. Es evidente que el presupuesto aumenta y los recursos mejoran. Podemos mencionar la competencia abierta del Grupo Televisa y Televisión Azteca, ésta última tomando gran fuerza durante los últimos años y desplazando por momentos a Televisa, la cual había conservado el monopolio televisivo por muchas décadas.

En cuanto a la prensa escrita, se puede apreciar un notable esfuerzo por



Δ A pesar de que hoy podemos consultar los periódicos vía Internet...



... la prensa escrita continúa teniendo un gran impacto, lo que ha propiciado un aumento en el número de publicaciones periodísticas en el país.

mejorar la calidad de información en cuanto a forma y contenido. El público se enfrenta a diversos periódicos y una vez más tiene la oportunidad de decidir qué quiere leer y cómo lo quiere leer. La presentación gráfica del periódico es un factor al que hasta hace pocos años se le dio importancia en la ciudad de México. Existen y existieron algunos medios impresos con propuestas gráficas que con el tiempo perdieron vigencia; considero que a partir del nacimiento de *Reforma* (noviembre de 1993) esta inquietud ha resurgido. Actualmente, la aplicación del color y de los gráficos, como son las ilustraciones e infografías, concepto que se explicará posteriormente, son recur-

sos utilizados con intención periodística y no sólo como simple ornamento.

No hay que olvidar que el periódico es el primer medio masivo de comunicación y, por lo tanto, es al que la gente está más acostumbrado. Actualmente circulan más de 300 periódicos tan sólo en el país.

En fin, existe una competencia que considero sana entre los medios, pues los está forzando a ser mejores. El público cada vez es más exigente y los medios lo saben. No creo que se pueda hablar generalizadamente de si un medio es mejor que otro: se puede hablar, a nivel individual, de que medio en específico proporciona 'la mejor información'.

## 1.3 EL DISEÑO DENTRO DEL PERIODISMO EN MÉXICO

**D**urante los últimos años, el término diseño gráfico ha cobrado prestigio y se emplea para referirse a diferentes manifestaciones gráficas, como son: carteles, folletería, libros, publicidad, imagen corporativa, logotipos, símbolos, etcétera. Aún más se ha convertido en una disciplina plenamente instituida, "un saber que trae aparejados prestigio y poderes peculiares, una tecnología más del modo de vivir contemporáneo"<sup>5</sup>.

Aunque el diseño como tal existe desde hace muchos años, este término es de uso reciente. El término de "diseñador gráfico" se hizo común en México hasta la década de los 60, pues anterior-

mente la gente que se dedicaba a este oficio se le conocía como tipógrafo, pintor, director artístico o director de edición.

Curiosamente, al hacer una revisión de la historia del diseño gráfico, sus inicios se remontan a la época de la Colonia, en donde se imprimían hojas volantes y gacetas con el fin de difundir información cotidiana. En 1543 se imprime el primer libro en América y posteriormente surge el grabado no sólo como manifestación artística, sino como medio de información. Y digo curiosamente porque los antecedentes del diseño son relativamente paralelos a los antecedentes del periodismo, pues es en el papel impreso informativo en

donde se empiezan a experimentar técnicas de diseño.

La primera publicación periodística en América aparece en septiembre de 1690 bajo el nombre de *Publick Occurences*. Más que a un periódico se asemeja a un panfleto en un tamaño más chico que el carta, no existían las cabezas, entendiéndose como cabeza el "título" de la nota, y la información estaba repartida en dos columnas anchas de texto.

En la medida en que los avances tecnológicos fueron favoreciendo este campo, se fueron introduciendo elementos de diseño y la imagen de los periódicos fue cambiando.

La composición manual (Gutenberg, 1450) es la más antigua. Esta se basaba en tipos móviles, "piezas metálicas que tienen la forma de un prisma rectangular y llevan grabado en la cara superior, en relieve al revés, una letra o signo"<sup>6</sup>. Este tipo de composición permitía reproducir textos, pero era un proceso lento, ya que el operador o cajista colocaba manualmente los tipos para formar las palabras, líneas y párrafos, lo cual impedía que los periódicos llevaran más de ocho páginas. Con el tiempo, los cambios económicos y sociales exigieron nuevas técnicas de composición, en donde el proceso fuera más rápido.

En los comienzos del siglo XIX casi todos los periódicos se veían igual: varias columnas a lo largo de la página y una publicación esporádica de mapas

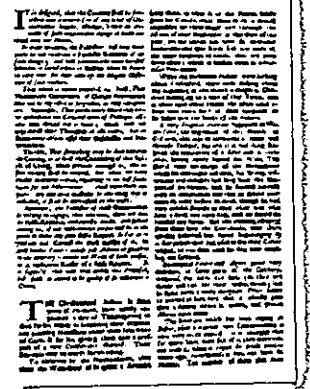
y grabados.

La introducción de la linotipia, inventada en 1866 por Ottmar Mergenthaler, y posteriormente la monotipia contribuyeron a mejorar el proceso de composición y a agilizar la producción de libros, revistas y periódicos. Ambas son conocidas como composición en caliente y utilizan "tipos o caracteres obtenidos por moldeo de metal en fusión". Este tipo de composición permitía un mejor aprovechamiento de la superficie de la página. Y las ventajas se veían reflejadas en "un alargamiento de las columnas de los diarios, en el incremento del número de las mismas y en la disminución del excesivo interlineado que caracterizaba a los antiguos periódicos"<sup>8</sup>. Las cabezas o titulares cobraron importancia, aunque todavía eran compuestos a mano.

No fue sino hasta mediados del siglo XX que la fotocomposición sustituyó a la linotipia, y con lo que se puso fin a una era tecnológica. La fotocomposición o composición en frío se basa en "un procedimiento fotográfico, el cual se sirve, en un principio, de unos modelos (fotomatrices) para componer, en papel o película, los textos, mediante la utilización de un teclado directo o cinta perforada"<sup>9</sup>. Con estos textos se elabora la página y después el molde para posteriormente ser reproducido.

A través de la fotocomposición se logra componer textos utilizando diferentes tipos de letra y con una gran va-

**PUBLICK OCCURENCES**  
AND PROCEEDINGS OF THE COUNCIL OF TRADE



△ *Publick Occurrences* es considerado la primera publicación periodística en América.

6 MARTIN AGUADO, José A. José I. Armentia Vizuete. *Tecnología de la información escrita*. Ed

Síntesis, p. 72

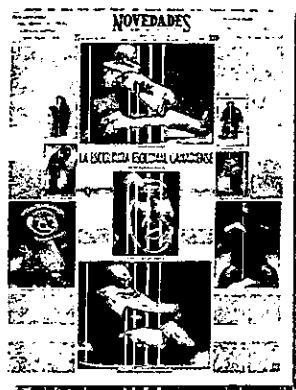
7 *ibid* p. 71.

8. *ibid* p. 135

9. *ibid* p. 79



▲ La gráfica de José Guadalupe Posada fue de gran relevancia dentro de la industria editorial en México.



▲ El suplemento *México en la Cultura* del diario *Novedades* fue digno de buenos comentarios por su innovación de diseño en la rama editorial.

riedad de cuerpos. De esta forma, la tipografía pasa a convertirse en un elemento fundamental en el diseño de los periódicos.

La primera fotografía que se publicó en un periódico fue en 1880, hecho que aun cuando se convirtió en un proceso común hasta principios del siguiente siglo, abrió camino a la prensa ilustrada y a los periódicos de entretenimiento.

Estos cambios aunados a la evolución de los sistemas de impresión permitieron el desarrollo de la prensa y de su diseño.

\*\*\*

Dentro del diseño de la industria editorial en México, el xilógrafo José Guadalupe Posada (1852-1913) tiene un papel importante, pues no sólo fue un artista e ilustrador, sino "un cronista gráfico de todo acontecimiento de la vida mexicana"<sup>10</sup>. Su dominio de diferentes técnicas —dibujo, litografía y xilografía— le abrió las puertas a los medios editoriales. A Posada le sucedieron grabadores como Leopoldo Méndez, fundador de la editorial El Taller de la Gráfica Popular (1932).

Durante las primeras décadas de este siglo, la crisis en el ramo editorial en México era una de las tantas consecuencias que tuvo la Revolución. Sin embargo, hubo quienes se preocuparon por rescatar el oficio editorial. Entre ellos se encontraban Gabriel Fernández Ledesma y Francisco Díaz de León, quienes se volvieron a interesar por el grabado en metal y la xilografía (grabado en madera, y buscaron publi-

caciones de mayor calidad, cuidando la tipografía, la composición y la impresión. En 1925, Fernández Ledesma funda, publica y diseña la revista *Forma*, revista de artes plásticas considerada con un diseño de gran calidad y una tendencia artística contemporánea.

Fernández Ledesma y Díaz de León hicieron grandes aportaciones al diseño editorial, pues se atrevieron a "jugar" con la tipografía y a mezclarla con espacios blancos, buscaron nuevas opciones en los libros, revistas, folletos y carteles. Los resultados eran únicos en su época. Fue Díaz de León quien se preocupó por la enseñanza de este oficio, pues hasta entonces la gente que lo practicaba, por lo general impresores, lo había aprendido por necesidad y de una forma autodidacta.

Después de la Guerra Civil Española, con los republicanos que se exiliaron en México, llegó Miguel Prieto, quien puede considerarse "el fundador de la tipografía mexicana de la segunda mitad del siglo XX"<sup>11</sup> y el diseñador más importante dentro de la prensa cultural de los años 40 y 50.

La primera revista en la que participó fue *Romance*, publicación hecha por los exiliados españoles cuyo formato era tabloide y en la cual Prieto combinó diversos tipos de letras —mayúsculas, redondas y cursivas. La experimentación tipográfica era evidente. Hizo muchas otras publicaciones culturales, experiencias que culminaron en *México en la Cultura*, suplemento dominical del diario *Novedades*, cuyo éxito es inolvidable, ya que la innovación del di-

10 SATUE, Enric. *El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días*. Ed. Alianza Forma p. 398

11 *Diseño antes del diseño. Diseño gráfico en México 1920-1960*. Museo Carrillo Gil, 1991, p. 32

seño dentro del periodismo fue digna de los mejores comentarios: "Prieto dispuso las imágenes y las fotografías con un sentido inigualable del gusto, una variedad y propiedad que difícilmente ha alcanzado una publicación mexicana. Era, en verdad, un reto hacer una obra artística con los limitados elementos gráficos de un periódico". En *México en la Cultura*, Prieto introdujo capitulares y le dio cuidado especial a las cabezas. Sus fuentes tipográficas preferidas eran la Garamond, Baskerville, Bodoni, Caslon y Empire, este último era el único tipo "moderno", que sólo utilizaba en ocasiones especiales.

Posteriormente, al frente del Departamento de Ediciones del INBA, realizó nuevas publicaciones, no sólo proponiendo juegos tipográficos, sino también otras alternativas en formatos.

Uno de sus discípulos fue Vicente Rojo, quien tuvo una importante participación en la Imprenta Madero. Su inquietud por el diseño fue evidente, introdujo las familias Bodoni y Égipcio y exploró todas las posibilidades para mejorar el diseño: grabados, viñetas, marcos, plectras, fotografías en alto contraste, barridos de color, utilización de pantallas, suajes y dobleces.

Al morir Miguel Prieto, Rojo continuó haciendo el suplemento *México en la Cultura*, y posteriormente diseñó *La Cultura en México*, suplemento de la revista *Siempre!*.

A finales de los 70, aparece el *Unomásuno*, diseño a cargo de Pablo Rulfo, en formato tabloide y con nuevas propuestas en lo que a este campo se refiere.

Para 1984, Carlos Payán y Héctor

Aguilar Camín ofrecen a Vicente Rojo diseñar el periódico *La Jornada*. Por limitaciones económicas, sólo pudo utilizar el tipo Times, a pesar de lo cual logró una identidad periodística. Se trataba de una concepción del periodismo más condensada, más analítica y reflexiva y con un formato más cómodo.

La Imprenta Madero tuvo una importante participación dentro del desarrollo del diseño gráfico editorial, porque, además de ser una empresa dedicada a la industria editorial, dio pauta para la creación del Grupo Madero, un equipo de diseñadores formados en el departamento de la industria gráfica, de los que destacan, entre otros, Rafael López Castro, Germán Montalvo y Luis Almeida, este último diseñador de *El Nacional* y posteriormente de *La Crónica*.

Como se puede ver, de una u otra forma el diseño editorial siempre ha existido: la necesidad de formar libros, periódicos y revistas surgió en el momento mismo que la imprenta comenzó a funcionar. Como en cualquier medio de comunicación, las necesidades han ido cambiando. En un principio, eran los mismos impresores los que formaban los textos de las publicaciones, o en el caso del periódico, eran los mismos editores o escritores los que formaban las historias. De pronto, comenzaron a valorar los elementos gráficos de los que disponían y se dieron cuenta que no sólo eran un ornamento o un medio, sino el complemento de su información. Lograr buenos resultados requería de estudio, por lo que en los años 60 surgió la carrera profesional de Diseño Gráfico en México.

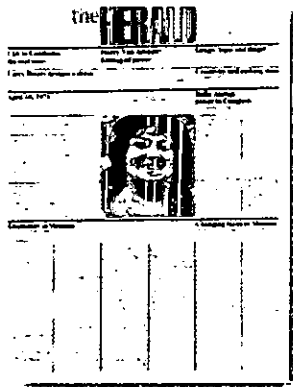


△ El suplemento *La Cultura en México* fue diseñado por Vicente Rojo, quien, a partir de este momento, va a desarrollar una importante carrera en el área editorial.



△ Vicente Rojo logró con el diseño de *La Jornada* una identidad periodística que se conserva hasta la fecha.





▲ Fue hasta después de los 60's que la presentación de los periódicos tomó importancia: se estandarizó el grid en seis columnas y se incluyeron fotos más grandes.



▲ El periódico Reforma nace en 1993 con nuevas propuestas gráficas.

El diseño dentro del periodismo no ha formado parte de los programas de estudios de las universidades, ya que este espacio gráfico lo fueron demeritando poco a poco los mismos periodistas. Fue poca la atención que pusieron los diseñadores sobre este medio, pues aparentemente no necesitaba de un diseñador. Pocos fueron los que dedicaron su talento a la prensa, como lo hizo Vicente Rojo en los 80. Pero nunca se fomentó competitividad en cuanto al diseño de los periódicos: todos eran grises, con mala impresión y pocas fotos, y al lector sólo le interesaba el tipo de información que ofrecía.

Fue gracias al contacto con la prensa vecina del norte, que en México se retomó el diseño en los periódicos. Evidentemente, la evolución del diseño periodístico estadounidense le llevaba la delantera a la de México.

A principios de este siglo la mayoría de las publicaciones periodísticas estadounidenses se veían igual; poco a poco comenzaron a jerarquizar las noticias y, a manera de elemento distintivo, utilizaron diferentes tipografías en las cabezas con tamaño más grande. Dividieron la información en diferentes secciones, hecho decisivo en el desarrollo de los periódicos.

Hasta entonces, las tipografías más usadas eran la Excelsior y la Caledonia. Posteriormente introdujeron a la prensa la tipografía Sans Serif o palo seco, como influencia de la Bauhaus. Esto llevó a un diseño funcional, pero carente de personalidad. Es en este momento que surge realmente la industria del diseño de periódicos.

Fue en la década de los 60 que comenzaron a hacer un trabajo más cuidadoso. La presentación cobró importancia, se impulsaron ciertos aspectos, como más fotos y de mayor tamaño, ca-

bezas más claras, espacios blancos (gutter) entre las columnas —anteriormente se utilizaban plecitas para dividir columnas— y por último se estandarizó un *layout* de seis columnas en lugar de ocho o nueve. Los resultados se vieron pronto, se incrementaron las ventas y la competencia se hizo más fuerte.

Los avances tecnológicos se hicieron presentes en el periodismo. La introducción de las computadoras a la redacción ha sido un factor determinante en el desarrollo de los diarios. Esto ha permitido simplificar el proceso de producción y la inclusión de mayores herramientas para lograr los objetivos.

El desarrollo de las rotativas y la aparición de los escaners para facilitar la digitalización de las fotografías han permitido la explotación del color en este medio, convirtiéndose así en un recurso cotidiano. La inclusión de ilustraciones y gráficos en las páginas de los periódicos es cada vez mayor.

Actualmente, toda esta influencia se ha dejado sentir en algunas publicaciones mexicanas, como es el caso del periódico *Reforma*, comenzando así una nueva era del diseño periodístico en México.

En estos días el diseño, dentro del periodismo, vive una nueva etapa; los avances en este siglo son muy claros: ahora podemos ver un diseño vivo, versátil y dinámico que se ha logrado gracias al metódico estudio de las necesidades periodísticas y del lector. Los colores, los gráficos y el diseño tipográfico ya no sólo están presentes en el diseño de revistas, libros o carteles, ahora también son elementos importantes en la prensa, rama del diseño editorial que requiere de profundos estudios de expertos para alcanzar grandes logros.

## 1.4 ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN PARA EL DISEÑO DEL MENSAJE PERIODÍSTICO, ESPECÍFICAMENTE EN REFORMA

El elemento principal de comunicación en un periódico es el mensaje mismo. Para que el mensaje cumpla sus objetivos se necesita de dos partes, la primera es la creación del mensaje, es decir, lo que quiero decir, y la segunda es la interpretación visual de ese mensaje, como lo quiero decir. Por lo tanto, el proceso de elaboración de los mensajes en un periódico se divide en dos partes, la primera es la elaboración del mensaje, o sea, la historia o el suceso; la segunda es el "diseño" del mensaje. Tanto la elaboración como el diseño del mensaje son pensados para el receptor, es decir, a quien le quiero transmitir el mensaje; en el caso del periodismo, el receptor es el lector.

"Diseñar" los mensajes no es tarea fácil, son muchos los puntos que hay que cuidar. Detrás de un mensaje siempre hay una intención, por lo tanto, el fin encadena la elaboración. En el periodismo, en cuanto al contenido editorial, las intenciones son ideológicas, económicas, sociales y políticas; la intención de la imagen visual, además de corresponder a la editorial, es atrapar al lector a través de sus propios recursos, de los que hablaré posteriormente.

Cada medio tiene una diferente forma de transmitir sus mensajes y, por lo tanto, el mensaje visual de cada medio tiene características muy específicas. "A cada modo de producción, a cada ti-

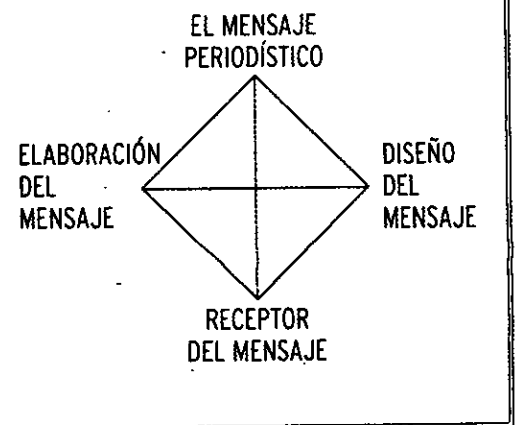
po de relaciones sociales, corresponde una forma especial de comunicación y, en nuestro caso, de diseño gráfico"<sup>13</sup>.

Los medios impresos cuentan con herramientas diferentes a los medios de comunicación auditivos y audiovisuales. Cada uno con sus ventajas y desventajas, pero es tarea de cada medio el sacar el mejor provecho a sus recursos.

La principal tarea del diseño es la elaboración y difusión de mensajes, incluyendo concepciones y evaluaciones de realidades. Detrás de la emisión de un mensaje, existe un proceso de producción, el cual variará según el objetivo final y el medio de comunicación del cual se trate.

Daniel Prieto Castillo propone un modelo de proceso de comunicación, formado por ocho elementos, el cual puede ser aplicable al proceso de comunicación gráfica en un periódico.

1. EL DISEÑADOR.- Comprende los datos concretos económicos, ideológicos y políticos del grupo al cual pertenece. Esta conciencia se manifiesta en los diseños, en la selección de los temas



**MODELO  
DE PROCESO  
DE COMUNICACIÓN:**

1. El diseñador
2. Los códigos
3. Lo diseñado
4. Medios y recursos
5. El referente
6. El marco de referencia
7. El perceptor o perceptores
8. La formación social

y en la distribución de los mensajes. Dentro del periodismo de *Reforma*, la tarea del diseñador no es tan sólo acomodar textos y fotografías en una página para que se vea bien, sino transmitir mensajes mediante el diseño, lo cual logra en la medida en que se involucra en cada uno de los temas.

2. **LOS CÓDIGOS.**- Recursos de comunicación destinados a posibilitar la comunicación entre individuos y entre grupos, dentro de una determinada formación social. Son la base de elaboración de diseños y mensajes. *Reforma* ha desarrollado sus códigos gráficos principalmente a través de la aplicación del color, la tipografía, la fotografía y la infografía, estos son los recursos de los que se vale la información para completar el mensaje.

3. **LO DISEÑADO.**- Signo o conjunto de signos que, a partir de códigos conocidos por el diseñador y el perceptor, llevan a este último una determinada información. La información que ofrece el mensaje no es sólo un dato, ya que la forma en que éste es representado tiene una importancia definitiva. Esta parte representa una de las prioridades de *Reforma*, ya que existe una conciencia de que la presentación es determinante en el impacto sobre el perceptor. Se trabajan cuidadosamente el conjunto de signos para que el mensaje sea claro y conciso.

4. **MEDIOS Y RECURSOS.**- La forma de distribuir los mensajes, incluyendo el desarrollo tecnológico aplicado a la elaboración de diseños. El medio de los editores y los diseñadores de *Reforma* para emitir sus mensajes es el periódico mismo. El periódico, como medio impreso, tiene como soporte el papel. *Reforma* se ha preocupado por imprimir en

un papel de alta calidad con tintas vegetales. Además constantemente hay una renovación tecnológica en los medios de trabajo de los diseñadores para incrementar la calidad del producto y trabajar de forma más eficiente.

5. **EL REFERENTE.**- Es el tema del mensaje, de lo diseñado, pero esto último es siempre una interpretación de aquél. En todo mensaje que pretenda transmitir el periódico, siempre habrá un referente, es decir, el tema por sí mismo.

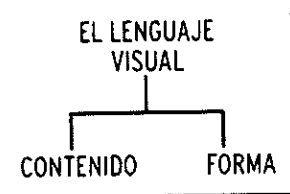
6. **EL MARCO DE REFERENCIA.**- En relación con lo diseñado es la comprensión y valoración de la realidad. Para que un mensaje periodístico sea referencial, se necesita que esté inserto en un marco de referencia, es decir, para emitir un mensaje se necesita de una previa comprensión de la realidad, conocer las historias y reconocer a los personajes.

7. **EL PERCEPTOR (o los perceptores).**- Se trata siempre de un grupo (o de los individuos en relación con el grupo) inserto en una determinada clase social. No nos podemos referir a los perceptores como una masa homogénea, pues la asimilación de un mensaje depende de muchas situaciones, las cuales no se pueden generalizar. Los perceptores de *Reforma* son sus lectores. Sin querer generalizar la mayoría de su público pertenece a un segmento de mercado que corresponde a una clase media, media alta y alta. Los perceptores también dependen de la sección de la cual se trate. El perceptor de Cultura no será necesariamente el mismo de Deportes o Negocios.

8. **LA FORMACIÓN SOCIAL.**- La complejidad de una formación social hace que los procesos difieran, que no haya un sólo proceso válido para todos, que existan alternativas de elaboración, distribución y uso de los diseños. Los percepto-

res pertenecen a una sociedad; *Reforma* está hecho para la sociedad de la capital de México, por lo tanto, la información y el mensaje están pensados para este tipo de lector. La sección Cultura no deja de pensar en la sociedad en la que vive su receptor, incluso observa sus inquietudes políticas, económicas y sociales.

Como se puede ver, estos ocho elementos intervienen en el proceso de elaboración de los mensajes periodísticos gráficos. El diseñador además de estar inmerso en la situación política e ideológica de la empresa,



debe conocer su público y sus necesidades para que lo diseñado sea un complemento de la información editorial y el lector quede satisfecho. Para ello existen códigos entre emisor y receptor, los cuales siempre se deben atender para que el mensaje se logre. El campo de referencia y el receptor siempre deben estar presentes en el momento de la creación, y, por último, la sensibilidad social es fundamental para el éxito de la publicación, pues en la medida en que los mensajes corresponden a los requerimientos sociales, es mejor la aceptación del público. Una persona que consulta un periódico tiene requerimientos informativos. El editor los transforma en texto y el diseñador los codifica y busca las soluciones visuales apropiadas.

El lenguaje es un recurso de comunicación con tres variantes: lenguaje oral, lenguaje escrito y lenguaje visual. Al periódico, como medio de comunicación, sólo le atañen los dos últimos. El lenguaje escrito es el mensaje tradu-

cido en palabras, proporciona información principalmente y, algunas veces, juicios, críticas y opinión. Este lenguaje, al plasmarse sobre papel toma una forma y se convierte en lenguaje visual.

Visualizar es "la capacidad de formar imágenes mentales"<sup>14</sup>. La visualización está íntimamente ligada a la creación. Para diseñar es importante poder visualizar los mensajes previamente.

El lenguaje visual es un transmisor de información que se vale de diferentes recursos para conseguir resultados. En

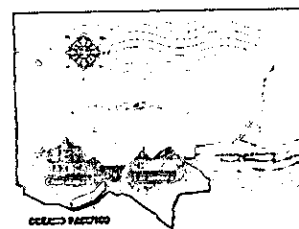
un medio de comunicación, los dos elementos más importantes son el contenido y la forma; en la comunicación visual, uno va de la mano del otro. Éste es uno de los principales rasgos del periodismo en *Reforma*, ya que se le otorga la misma importancia a la presentación y al contenido, característica que le ha valido para diferenciarse del resto de los periódicos en la Ciudad.

Los elementos básicos del periódico como un medio de comunicación bidimensional son el color, la forma, la tipografía y la imagen (fotografías, ilustraciones y gráficos). A través de la manipulación de estos elementos, se logran los efectos deseados por el emisor. Éstos son los códigos a los que hace referencia Daniel Prieto Castillo.

El color se emplea con frecuencia para añadir expresividad a la página, ya que tiene una afinidad intensa con las emociones. *Reforma*, aprovechando que el color nos proporciona un gran vocabulario visual, ha creado una amplia



△ La forma visual en el periodismo se da a través de imágenes como son la fotografía...



... los gráficos...



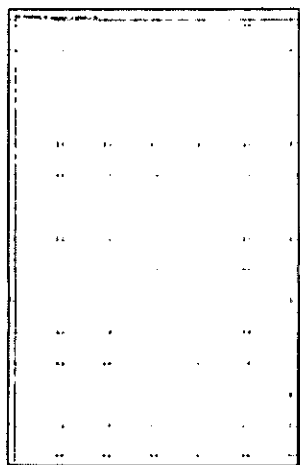
... y las ilustraciones.



▲ El Color.

Aa Bb

▲ Tipografía.



▲ Formato.

### Layout

Es la organización de gráficos y textos en una página

### Texto

Información redactada, que comprende una entidad noticiosa o informativa.

paleta de colores para establecer códigos con el lector, de tal manera que se ha convertido en uno de los principales elementos de identificación.

La forma es la composición que adquiere la página: "la composición es el medio interpretativo destinado a controlar la reinterpretación de un mensaje visual por sus receptores"<sup>15</sup>. La forma es el medio, en este caso el papel periódico, interactuando con el contenido, para dar orden a la información. En términos gráficos podemos entonces hablar del **layout**, el cual representa un reto diario a resolver, pues es la imagen final de un proceso de trabajo y es el que va a ofrecer una adecuada lectura de la información.

La tipografía es el elemento primordial de este medio para conseguir los objetivos establecidos. Es la esencia del periódico y la encontramos con un doble uso: como medio de información y como imagen visual. Como medio de información, me refiero al **texto**, que es el que presenta el mensaje escrito, y a los encabezados principalmente; como imagen visual, me refiero a la tipografía utilizada como recurso gráfico, es decir, el uso tipográfico para enviar mensajes a través de la lectura y para reiterar el mensaje a través del acomodo, tamaño, color, etc., que se le dé a cada letra.

La imagen es un elemento visual imprescindible en este medio informativo, pues mediante ésta se puede emitir un mensaje rápido y claro, sin necesidad de una lectura larga. Ésta incluye la fotografía, la infografía y la ilustración.

La infografía representa una modalidad poco usada en México hasta hace unos años que *Reforma* introdujo

en la Ciudad y de la cual hablaré posteriormente.

Tanto el color, como la tipografía y la imagen intervienen en la forma del periódico. Son su sustancia.

El formato es el espacio del que se dispone para ordenar los mensajes. El papel periódico es un plano bidimensional que ofrece espacios negativos y positivos, cuya función es hacerla de soporte para poder emitir mensajes.

Estos son las principales herramientas de las que dispone el diseñador para lograr transmitir los mensajes visuales periodísticos.

Como podemos ver, el periódico, como medio de comunicación, engloba varios elementos para difundir mensajes y representa un reto prácticamente nuevo para el diseñador gráfico. Ya no es sólo una teoría la importancia del diseño dentro de este medio, ya es un hecho, y está comprobado que la intervención del comunicador gráfico en el desarrollo de las planas periodísticas mejora los resultados. A seis años de vida de *Reforma*, las consecuencias son perceptibles, ahora es evidente la inquietud de otros periódicos por mejorar la presentación de su información.

Actualmente, al hablar del periódico como medio de comunicación, no sólo hablamos de la emisión de mensajes escritos, sino también de mensajes gráficos; ya podemos hablar del periodismo gráfico como un medio en donde intervienen emisor, receptor y mensaje. Esta nueva forma de hacer periodismo marca una nueva etapa en el diseño editorial en México y un cambio en el área de la comunicación.

# EL PERIÓDICO REFORMA

---

## 2.1 Antecedentes

2.1.1 Breves antecedentes del periodismo

2.1.2 El periodismo hoy en México

2.1.3 Cómo surge *Reforma*

## 2.2 Características generales del periódico

*Reforma*

2.2.1 Las secciones del periódico

2.2.2 Cómo funciona *Reforma*

2.2.2.1 El equipo de trabajo de una sección

2.2.2.2 Proceso de elaboración del periódico

## 2.1 ANTECEDENTES

**R**eforma, con tan sólo seis años de existencia, ha logrado consolidarse en el mercado periodístico. A pesar de los problemas políticos, económicos y sociales por los cuales atraviesa el país, ha logrado mantenerse en circulación y ha conseguido la aceptación del demandante público mexicano.

“Pretende hacer un periodismo que abarque y refleje la actividad humana en su conjunto, un periodismo de investigación, un periodismo de búsqueda y de hallazgo”<sup>16</sup>.

El periódico *Reforma* es el resultado de muchos años de trabajo de los iniciadores de esta empresa, que crearon primero *El Sol* y después *El Norte*. Ahora es la experiencia de muchas personas la que se ve reflejada en el diario capitalino. Un buen número de gente joven forma parte de este equipo, aportando ideas nuevas y frescas, experimentando día con día y presentando una nueva opción noticiosa.

*Reforma* introduce una opción diferente de periodismo en México, ade-

más de informativo, gráfico. Se ha preocupado por crear secciones especializadas, que han desarrollado una identidad propia dentro de un estilo previamente definido, mediante la cual

logra la comunicación con el lector. Aquí, el contenido editorial y la presentación gráfica se perciben como dos elementos tomados de la mano y que han sido aceptados por el público.

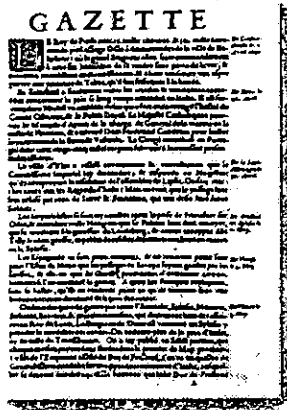
La evolución tecnológica ha beneficiado las técnicas de producción y de impresión. *Reforma* cuenta con una de las prensas más grandes de América Latina y con un sofisticado y moderno

equipo de cómputo que permite una producción rápida y eficaz.

Los antecedentes periodísticos y políticos en México se ven reflejados en la historia de *Reforma*: la crisis económica, el monopolio estatal del papel, una Revolución Mexicana, la búsqueda de identidad, la censura y la lucha por la libertad de expresión, por mencionar algunos.



## 2.1.1 BREVES ANTECEDENTES DEL PERIODISMO



△ "La Gazette de Theohraste Renaudot". aparece en Francia en 1631 como el primer gran periódico.

### Fotograbado

Sistema fotoreproductor sobre planchas tipográficas en relieve.

### Similigrabado

Procedimiento para obtener fotografías en medios tonos.

Desde tiempos remotos ha existido la necesidad del hombre de comunicarse y transmitir mensajes y conocimientos. A lo largo de la historia de la humanidad, las formas de comunicación han evolucionado.

En un principio, el hombre utilizaba únicamente mensajes visuales y sonoros, con el tiempo, empezó a emplear mensajes escritos.

Fueron los occidentales quienes en el siglo XII empezaron a difundir las noticias políticas a través de hojas volantes impresas. Por ejemplo, el "acta diurna" romana y la "gazetta" veneciana. De este modo, los gobernantes hacían llegar al pueblo sólo aquella información que les interesaba difundir.

Durante la época feudal, los hechos más importantes de la región eran redactados por un cronista que elaboraba copias manuscritas para los señores feudales y en general para la gente poderosa.

Estos impresos se hacían a través de bloques de madera en donde las palabras e ilustraciones quedaban en relieve para poder imprimirse en el papel.

En 1440, el alemán Johann Gutenberg funda una nueva imprenta con soluciones satisfactorias a los problemas de impresión que se tenían: crea un método para producir tipos móviles en bronce y un sistema que permitía que los caracteres fueran dispuestos en el orden necesario y que se pudieran volver a utilizar; crea un sistema para efectuar la impresión de los tipos sobre papel, una tinta para este fin y un método que mantuviera los tipos en su lugar para

que no se movieran. De esta forma, la prensa adquirió un carácter masivo.

Asimismo otros factores importantes para la evolución de este medio fueron el desarrollo del comercio, el transporte y el servicio postal.

Los primeros periódicos impresos aparecen en 1493. Después, en 1631 aparece en Francia el primer gran periódico, *La Gazette de Theohraste Renaudot*. A partir de este momento se empiezan a producir diferentes periódicos en Europa.

El gobierno y la política siempre han sido factores fundamentales para la difusión de los periódicos. En las regiones donde se ejercía una monarquía absoluta, el desarrollo de la prensa era muy lento, no había discusión pública de los problemas del país. En cambio, en las regiones donde el gobierno era débil, la prensa progresó rápidamente, ya que los ciudadanos intervenían y opinaban en cuestiones políticas.

Durante el siglo XVIII, se consolidaron las bases fundamentales de libertad de expresión y prensa, esto gracias a que las monarquías feudales empezaron a caer y a ser sustituidas por conceptos de democracia política. Poco a poco se fueron transformando las publicaciones, convirtiéndose en espacios de debate y protesta.

Después, a lo largo del siglo XIX, surgieron importantes inventos que le dieron un nuevo carácter al periodismo.

En 1814, en París, Niepce inventa la fotografía, abriendo paso al **fotograbado** y al **similigrabado**. Ambas técnicas facilitaron la aparición de periódicos ilustrados.

En 1816 fue instalada la primera



máquina para hacer papel de prensa en Norteamérica.

En 1849, el francés Marinoni inventó la rotativa que tiraba 6000 ejemplares por hora.

Las primeras prensas rotativas operaban a través de un cilindro, el cual mantenía los tipos en su lugar en torno de su circunferencia, y en la medida que rotaba, los tipos se iban entintando; otro cilindro rotativo sostenía las hojas de papel, las comprimía contra los tipos y después las soltaba.

De acuerdo con las crecientes necesidades, esta prensa tuvo que ir evolucionando y surgió la **estereotipia**, cuyo funcionamiento era a través de unas placas curvas, que se hacían sujetando una matriz de un material parecido a la cartulina sobre una forma tipográfica y ejerciendo suficiente presión para hacer un molde de la misma forma en la matriz. Después, se vertía metal sobre la matriz y, una vez frío, se disponía de un duplicado de la forma tipográfica llamado estereotipo. Estas placas se utilizaron por primera vez en 1860.

El nuevo problema al que se enfrentaron en cuanto a producción fue la formación de la tipografía, que hasta entonces se había hecho manual. En 1890, Ottmar Mergenthaler introduce el **linotipo**. Este se basaba en la fundición de líneas completas de tipografía inyectando metal fundido en moldes de bronce llamados matrices. El operador trabajaba en un tablero similar a una máquina de escribir. Cuando oprimía las teclas, las matrices, una por caracter, iban cayendo y formando las líneas. Estas matrices se almacenaban y se podían volver a usar; de esta forma, se ahoraban tiempo y esfuerzo.

Estas máquinas fueron evolucionando y perfeccionándose con el tiempo.

Posteriormente apareció el **offset**, proceso basado en el principio de que el agua y la grasa no se mezclan. Una placa de aluminio era fotográficamente expuesta y tratada de manera que la zona de la imagen recibía tinta grasosa y la zona sin imagen recibía agua y repelía la tinta. Funcionaba a través de tres cilindros. Uno cubierto por la placa de aluminio, otro por una mantilla de caucho en donde se calcaba la imagen y el último, conocido como cilindro de impresión, hacía girar el papel para quedar impreso.

La evolución del sistema de impresión fue facilitando el desarrollo de los periódicos, pues el proceso se comenzaba a optimizar.

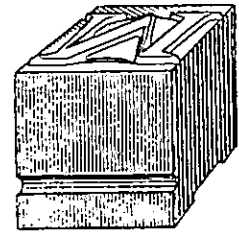
Hubo otros elementos que empezaban a caracterizar al periodismo, como fueron la privatización de los periódicos, el principio de la libertad de prensa y la concentración periodística en pocas manos. La información en el mundo fue desarrollando diversas características, según la realidad en la que se producía.

La publicación de periódicos adquirió un carácter comercial, ya que se convirtió en un negocio lucrativo.

Con el paso del tiempo, los editores y directores de periódicos se dieron cuenta de la necesidad de que existiera una publicación barata y accesible a las masas y cuya suscripción no fuera anual, sino que se pudiera adquirir por números sueltos.

En 1833 nace el *New York Sun*, en Estados Unidos, y con esto una nueva era en el periodismo por su novedosa concepción de la noticia. Las noticias eran más coloquiales, como crímenes, catástrofes o sucesos triviales. Los grandes acontecimientos políticos habían quedado a un lado.

Durante la segunda mitad del siglo XIX se produjo el fenómeno publicita-



△ Las matrices estaban hechas en bronce y se utilizaba una por caracter.

### **Estereotipia**

Plancha en relieve, plana o curva, obtenida por duplicación a partir de una forma original mediante el procedimiento estereotípico.

### **Linotipia**

Máquina que compone el texto con matrices de los caracteres y que, después de haber vaciado automáticamente el metal en ellas, entrega los tipos de cada línea fundidos en un solo bloque.



Δ "La Gaceta de México" fue una de las primeras publicaciones mensuales en México.

rio en la prensa masiva; los ingresos que obtenían mediante la publicidad eran los que sostenían el periódico.

De esta forma, se amplió el mercado de lectores y se empezó a considerar la información de la prensa como un medio de conocimientos de diferentes realidades que acogían a la sociedad.

En esta época, surgió el "periodismo amarillo", una forma espectacular y novedosa del periodismo con el fin de atraer lectores y que fue degenerando en noticias sensacionalistas y escandalosas. Este género provocó críticas de intelectuales, literatos, dirigentes gubernamentales, religiosos y educacionales.

Estas protestas llevaron a los dirigentes de periódicos a fijar límites y responsabilidades estableciendo códigos y cánones para lograr una prensa más responsable.

Posteriormente, el radio, el cine y la televisión rompieron con el monopolio de la prensa, ahora ya existían nuevos medios de comunicación como competencia. La información comenzó a tener influencia en el comportamiento de masas.

En la primera mitad del siglo XX, las técnicas de los periódicos se fueron perfeccionando y la información se convirtió en una industria de alto costo. Esto ocasionó un síntoma de concentración informativa, "característica de la evolución de los medios informativos"<sup>17</sup>, que se manifestó tanto en el aspecto económico como en el político. Disminuyó el número de periódicos, pero los que se mantuvieron tuvieron que aumentar tiraje y por lo tanto se elevaron costos. La concentración política se tradujo en una subordinación de algunos de los medios de información,

a la dirección de un número reducido de personas, como grupos privados o dirigentes de Estado.

Ante la creciente demanda de información del mundo y la imposibilidad de mantener correspondientes en ciertas zonas, surgen las agencias internacionales de noticias, empresas transnacionales que tenían acceso a la información mundial y distribuían estas noticias. De esta manera comenzó un intercambio de información noticiosa que se mantiene hasta la fecha.

Actualmente existen muchos periódicos en el mundo cuya información puede ser nacional, regional y/o local. Los tirajes y formatos varían, y las tendencias editoriales son diversas. Además, existen convenios entre periódicos de diferentes países para intercambiar información y así enriquecer su propio producto.

\*\*\*

En México, el desarrollo del periodismo comenzó a partir de la época colonial. Los primeros textos periodísticos aparecieron en las llamadas relaciones y hojas volantes. Eran papeles sueltos que se publicaban sin periodicidad. La imprenta fue introducida a América en 1539 y la publicación más antigua que se conoce está fechada el 10 de septiembre de 1541.

En 1666 apareció la primera publicación periódica llamada *Gaceta General. Sucesos de este año de 1666. Provisiones y Mercedes, en los Reynos de España, Portugal y Nueva España*. Para 1722, Juan Ignacio María de Castorena Ursúa y Goyeneche publicó la *Gaceta de México*, publicación mensual que sólo duró seis meses. Esta gaceta ofrecía información ofi-

cial del virreinato y sobre cuestiones religiosas, y con menor frecuencia, sobre el movimiento comercial, tráfico marítimo, cuestiones territoriales y urbanas y catequización de los indígenas.

Francisco Sahaqún de Arévalo y Ladrón editó en 1728, la primera publicación estable, llamada también *Gaceta de México*. Alcanzó los 145 números y en 1739 se suspendió por la escasez de papel. Tres años después, reapareció con el nombre de *Mercurio de México*, que dejó de publicarse en 1743.

Durante la segunda mitad del siglo XVIII, aparecieron periódicos como el *Diario Literario*, *Asuntos Varios sobre Ciencias y Artes*, la *Gaceta de Literatura* y el *Mercurio Volante*. Publicaban artículos de interés general, el trabajo era muy artesanal y su tiraje y circulación muy reducidos. Su público eran hombres cultos y con dinero, la demás gente no tenía acceso a causa del analfabetismo y por falta de recursos económicos.

El primero de octubre de 1805 comenzó a circular el *Diario de México*, dirigido por Carlos María Bustamante y el dominicano Jacobo de Villaurrutia. Este diario está considerado en la historia del periodismo como "el primer periódico mexicano y el primero de oposición". Estableció división del trabajo, destinaba gran espacio a la creación y crítica literaria e inició la publicación de suplementos literarios.

Al estallar la lucha por la independencia en el año de 1810, surgen diferentes periódicos por todo el país, atacando o defendiendo las ideas de los insurgentes. Uno de los más importantes fue *El Despertador Americano*, editado

por el sacerdote Francisco Severo Maldonado como resultado de un encargo de Miguel Hidalgo.

En esta época se manifestó el periodismo político y de opinión. El periodismo informativo ganó terreno con sus crónicas de las batallas con los insurgentes.

En 1820 volvió a entrar en vigor la Constitución de Cádiz, en la cual se defendían los derechos de expresión, lo cual estimuló la aparición de periódicos políticos.

La prensa aún se fabricaba de una forma artesanal y los tirajes tenían un promedio de 500 ejemplares.

Con la consumación de la independencia, el país se dividió en dos fuerzas políticas: la oposición, que luchaba por un gobierno republicano y que fundó *El Hombre Libre*, y los seguidores de Iturbide, que fundaron el *Diario de la Soberana Junta Gubernativa*, que más tarde tomaría el nombre de *Gaceta Imperial de México*.

En 1826 surgió *Iris*, el primero en publicar litografías hechas en México y en publicar una caricatura política.

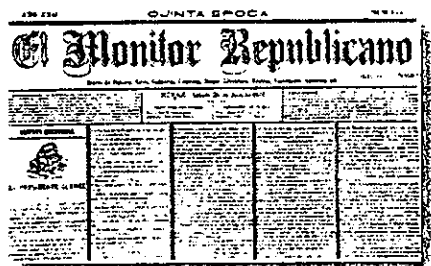
Por muchos años diferentes periódicos aparecieron y desaparecieron, siempre como resultado de los problemas políticos y sociales del país. Valentín Gómez Farías, durante su presidencia, prohibió a los voceadores vender en las calles, esto como medida de emergencia ante la amenaza de golpe de Estado.

Ignacio Cumplido funda, el 8 de octubre de 1841, *El Siglo XIX*, el más importante de ese siglo, con un sentido de la lucha por la libertad bajo la



Δ "El Siglo XIX", tuvo una vigencia de 55 años y fue el diario más importante de este siglo.

dirección del periodista, escritor, diputado y orador Francisco Zarco. *El Siglo XIX* tuvo una vigencia de 55 años con lapsos en los que se interrumpió la publicación por problemas políticos.



Δ "El Monitor Republicano" fue, después de "El Siglo XIX", el periódico de mayor influencia.

Posteriormente surgieron periódicos como *El Monitor Republicano*, que después de *El Siglo XIX* fue el periódico de mayor influencia y larga vida, y *Don Simplicio*, periódico quincenal y

satírico contra el régimen político.

Antonio López de Santa Anna, gobernante del país en esa época, fue uno de los principales enemigos de la libertad de expresión. El 11 de julio de 1847 decretó el cierre de todos los periódicos, con la excepción del *Diario del Gobierno*, el cual desapareció únicamente por unos meses. Un año después, en noviembre de 1848, el catalán Rafael de Rafael fundó *El Universal* con una tendencia conservadora.



Δ Con la invasión francesa, surgen periódicos para combatir a los liberales como es "La Sociedad".

El 25 de abril de 1853, una vez más, bajo el régimen de Santa Anna, se expidió la llamada Ley Lares, "considerada como la más represiva en la historia del periodismo mexicano"<sup>19</sup>. Esta ley establecía la censura previa de publicaciones, el registro de voceadores y expendedores, y un exceso de requisitos para editar un periódico, así como sanciones por incumplimiento.

Tres años después, esta ley fue sustituida por el Reglamento Lafragua de

1846, en el cual se prohibía la censura de la noticia.

En 1857 triunfan los conservadores al hacerse proclamar presidente el general Félix Zuloaga, al tiempo que Benito Juárez se pone al frente de los liberales. Entonces inicia la llamada guerra de Reforma, donde sobresale la presencia de Francisco Zarco, editor de *Siglo XIX*, por su clara posición de defensa a Juárez.

En esta época también se iniciaron diferentes periódicos en el resto de la República, como *El Pájaro Verde*, *El Movimiento* y *La Reforma*, entre otros.

A principios de 1861, Juárez promulgó una nueva Ley de Imprenta redactada por Zarco, en la que se decía que ninguna ley ni autoridad podía establecer la censura, ni coartar la libertad de imprenta.

A finales de ese mismo año, los franceses llegan a México e implantan el gobierno de Maximiliano de Habsburgo. Suprimen la libertad de imprenta y varios periódicos son enjuiciados. Sin embargo surgieron nuevos diarios para combatir a los liberales, entre ellos, *L'Estafette*, en francés; *La Monarquía*, *El Periódico Oficial del Imperio*, *La Sociedad*, *El Cronista* y *El Franco Mexicano*. Con tendencia liberal, estaban *La Independencia*, publicado por Zarco, y *El Monarca*, por Guillermo Prieto, en donde se satirizaba a Maximiliano.

En 1867, Maximiliano es aprehendido y ejecutado. Con esto, la República es reinstaurada y vuelven a aparecer *El Siglo XIX*, *El Monitor Republicano* y *La Orquesta*.

Esta es una época importante para la prensa, ya que florece el periodismo lite-

19 MUSACCHIO, Humberto, *Gran Diccionario Enciclopédico de México Visual*, Andrés León Editor, México, 1990, tomo 3, p. 1541

rario y filosófico. La libertad de expresión en este medio fue amplia y surgieron las primeras publicaciones obreras. La más importante fue *El Socialista*, que fue por algunos años el vocero del Gran Círculo de Obreros de la República Mexicana.

Más tarde aparecen periódicos con diferentes matices políticos. Además hubo un auge en el periodismo satírico, dos ejemplos son *La Tarántula* y *El Padre Cobos*.

En 1869 aparecen, entre otros, *El Teatro*, *El Boquiflojo* y *El Búcaro*, este último editado por Ángela Lozano, una de las primeras periodistas mexicanas.

Surge una lucha por el poder entre Juárez, Lerdo de Tejada y Porfirio Díaz y los periódicos definen sus tendencias.

Cuando muere Juárez, asume interinamente la presidencia Lerdo de Tejada y nacen periódicos como *La Bandera de Juárez* y *La Democracia*.

En 1874, Vicente Riva Palacio funda *El Ahuizote*, famoso por sus caricaturas políticas. Nace *La Comuna*, defensor de los derechos de la mujer y de huelga, y *Los Chiquitines* y *El Periquito*, publicaciones infantiles.

Al siguiente año aparece *El Hijo del Trabajador*, destinado a la defensa de la clase obrera y a propagar las doctrinas socialistas.

Para el año de 1876, Porfirio Díaz sube a la presidencia. Al principio, la prensa no tuvo problemas, pero en la medida en que se fortaleció el régimen porfirista, comenzaron a surgir críticas políticas y, por lo tanto, los periodistas fueron perseguidos y encarcelados y las imprentas fueron clausuradas.

Con el fin de controlar la información periodística, el gobierno comenzó a otorgar subsidios y con esto logró burocratizar a la prensa y convertirla en un medio de propaganda de la clase poderosa. Renace el periodismo informativo y amarillista, opacando el de opinión.

En 1894 *El Noticioso* es fundado por Ángel Pola, quien se considera el "iniciador del género de la entrevista"<sup>20</sup>.

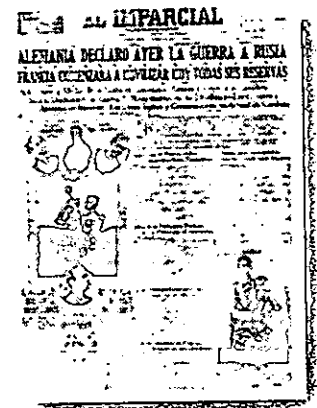
Durante el porfirismo se presentaron los primeros indicios de la futura organización periodística: reporteros, articulistas, editores, directores, secretarios de redacción, correponesales nacionales y extranjeros y responsables de secciones.

En 1896, Rafael Reyes Spíndola, aprovechando el subsidio de la dictadura, funda *El Imparcial* y con esto inicia la era industrial del periodismo en México: fue el primero en emplear linotipos y rotativas en este país. Su política editorial era sensacionalista para atraer a las clases populares y sólo costaba un centavo el ejemplar.

En este periodo porfirista nacieron y murieron muchos periódicos. Destacaron *El Noticioso*, de carácter sensacionalista; *El Diario del Hogar*, fundado por el periodista Filomeno Mata, que incluía poesía, humorismo y recetas de cocina, y que contaba con importantes colaboradores como Guillermo Prieto, Ángel Pola y Vicente Riva Palacio; *La Muleta*, publicación taurina; *La Murga*, especializado en espectáculos; *Revista Azul*, ór-

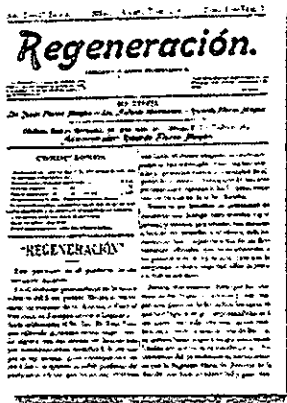


△ "El Cronista de México" es otro periódico que surge como reacción a la invasión francesa.

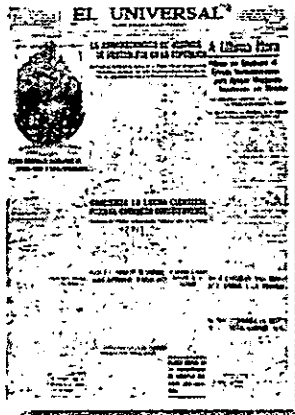


△ En 1896 es fundado "El Imparcial", y con esto inicia la industria del periodismo en México.

20 MUSACCHIO, Humberto, *Gran Diccionario Enciclopédico de México Visual*, Andrés León Editor, México, 1990, tomo 3, p. 1560



Δ En 1900, durante el porfiriato, resurge el periodismo político con el semanario "Regeneración".



Δ En 1916 es fundado "El Universal", el más antiguo de los periódicos capitalinos.

gano principal de los escritores modernistas, dirigida por Manuel Gutiérrez Nájera, y *El País*, que llegó a tener una circulación de 150 mil ejemplares.

Según el Directorio de Periódicos de América Latina, en 1882 "existían en México 665 periódicos: 28 diarios, 147 semanales, 81 quincenales, 6 trisemanales, 32 mensuales y 119 sin periodicidad fija"<sup>21</sup>.

Ya en 1900, los hermanos Flores Magón fundan el semanario *Regeneración*, con el cual resurgió el periodismo político, opositor al gobierno y propagador de ideas liberales y anarquistas. Por ello los fundadores fueron perseguidos y encarcelados; al quedar libres, fundaron con otros periodistas el *Excelsior* en 1903.

Debido a las persecuciones que sufrían los periodistas, varios periódicos fueron editados en el extranjero, como *Humanidad*, fundado en San Antonio, Texas, y *Revolución*, fundado en Los Angeles, California.

En 1907 es fundado *El Diario*, primer periódico que incluyó una página deportiva.

El 28 de febrero de 1908, *The Mexican Herald*, periódico subsidiado por la dictadura, reprodujo la entrevista que le hizo el reportero norteamericano James Creelman al presidente Porfirio Díaz, en donde sugirió que podía dejar la presidencia. Con esto surgieron partidos políticos y órganos periodísticos voceros de éstos. Periódicos que destacaron en esta época fueron *El Diablo rojo*, semanario obrerista, *El Debate*, *No Reección*, *El Partido Democrático* y *México Nuevo*.

Durante la época de la Revolución Mexicana surgieron diversas publicacio-

nes que correspondían a las tendencias políticas: en noviembre de 1911, Francisco I. Madero asume la presidencia del país, hecho que trae consigo la libertad de expresión y el surgimiento del periódico *Nueva Era* como vocero del maderismo; *El Mañana* y *El Noticioso Mexicano* como publicaciones antimaderistas, y *La Risa* y *Multicolor*, publicaciones satíricas que destacaron por sus caricaturistas.

Bajo el régimen de Victoriano Huerta, surgieron otras publicaciones como *El Imparcial* y *El Noticioso Mexicano*.

En 1913 nació *El Constitucionalista* como órgano oficial del carrancismo. A fines de 1914 existían tres corrientes revolucionarias: carrancismo, villismo y zapatismo; como consecuencia surgieron periódicos partidistas de estas corrientes.

En 1916, Félix F. Palavicini, con el subsidio del gobierno, funda *El Universal*, el periódico más antiguo de los cotidianos capitalinos y que aún se conserva en circulación. Un año más tarde, la familia Lanz Duret adquirió *El Universal*, que desde entonces compite con *Excelsior*, diario fundado por Rafael Alducin.

En ese mismo año se fundaron *El Informador*, en Guadalajara, y *La Opinión*, en Torreón. Asimismo fueron surgiendo diferentes periódicos en el interior del país con diversas tendencias políticas y algunos con mayor duración que otros.

En 1924 se inició la publicación de *El Machete*, órgano del Sindicato de Obreros Técnicos Pintores y Escultores. *La Prensa* inició su publicación en 1928 y se convirtió en cooperativa siete años después. En 1931 salió al público *La Afición*, periódico deportivo.

En 1929 nació *El Nacional Revolu-*

cionario (hoy conocido como *El Nacional* y cuya publicación llegó a su fin en septiembre de 1998) como órgano oficial del Partido Nacional Revolucionario y el cual dependía directamente de la Secretaría de Gobernación.

En 1935, durante el gobierno de Lázaro Cárdenas, es creada la Productora e Importadora de Papel, S.A. (Pipsa) después de un conflicto entre la productora San Rafael con las casas editoras de *El Universal*, *Excelsior* y *La Prensa*. La finalidad de Pipsa sería garantizar el abastecimiento de papel periódico a precios estables, función que ejercería por 30 años.

Ese mismo año salió a la venta el *PM.*, periódico vespertino que un año más tarde se convirtió en el actual *Novedades*. En 1939 se transformó en periódico matutino y fue el primero en romper con la tradición de poner las cabezas a ocho columnas y el primero en imprimir fotografías en la primera plana.

En 1938, Rodolfo Junco de la Vega funda el diario matutino *El Norte*, con una edición de ocho páginas y un tiraje de 15 mil ejemplares.

En 1941, el empresario José García Valseca funda el diario deportivo *Esto*, con lo que inicia una cadena periodística en México: en 1943 funda *El Fronteirizo*, en Ciudad Juárez y posteriormente adquiere *El Heraldo* de Chihuahua. Así poco a poco fue comprando o fundando periódicos para convertirse a lo largo de 25 años, en la organización periodística más grande del mundo. En 1965 fundó *El Sol de México*, vespertino que fue el primer periódico con ilustraciones a color e impreso en offset.

En noviembre de ese mismo año se inició la publicación de *El Heraldo de México*, impreso en offset y color.

En 1976, Juio Scherer deja la dirección de *Excelsior* y funda la revista semanal *Proceso*.

Un año después surge el cotidiano *Unomásuno*, dirigido por Manuel Becerra Acosta, el cual se mantuvo hasta 1983 como un periódico que se manejaba con una gran independencia. En el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, Becerra Acosta recibe un millón de dólares por el periódico y con esto se acaba su independencia.

En 1981, Rogelio Cárdenas Sarmiento inicia la publicación del diario especializado *El Financiero*, que pronto adquirió una gran importancia convirtiéndose en un periódico de opinión política. Tenía como columnistas políticos a Miguel Ángel Granados Chapa y Carlos Ramírez y en las finanzas a Alberto Barranco Chavarria. Además, fue en este diario donde surgió el primer suplemento cultural dominical dirigido por Humberto Musacchio.

*El Financiero* tuvo una fuerte influencia en el resto de los diarios, ya que expresaba una opinión independiente del gobierno. Su publicidad era en un 98% de fuentes privadas y sólo un 2% de origen estatal. Esto daba un enorme margen de independencia.

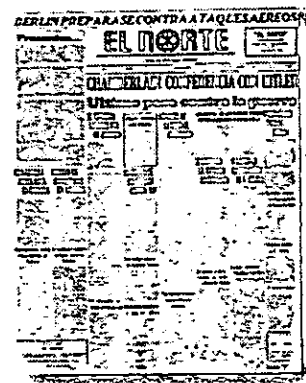
En 1984, tras la venta del *Unomásuno*, nace *La Jornada*, bajo la dirección de Carlos Payán. El equipo de trabajo estaba integrado por importantes periodistas. Su origen era social, con una identificación con las clases políticas de izquierda, característica que mantiene a la fecha.

En 1988, bajo la dirección de Luis Enrique Mercado, aparece *El Economista*.

En noviembre de 1993, surge *Reforma*, con gran independencia finan-



△ En 1917 es fundado "Excelsior".



△ En 1938 Rodolfo Junco de la Vega funda el matutino "El Norte".



△ El Economista

ciera del gobierno, por lo que logra constituir en pocos meses un gran equipo de columnistas y consolidarse como un importante diario capitalino.

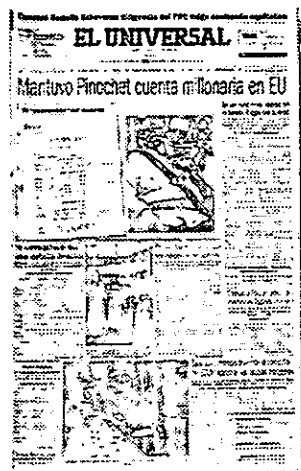
En los últimos años han surgido nuevas publicaciones en la ciudad de México y en el interior de la República, entre ellos, *Crónica* fundado en 1995, y *México hoy*, fundado tres años después.

Como podemos ver, el periodismo ha tenido un desarrollo paralelo al de la historia de México. Los acontecimientos políticos, económicos y socia-

les han quedado reflejados en los diarios, pues la gran mayoría de ellos fueron fundados como apoyo o en protesta a la situación del país.

Constantemente aparecen diferentes ediciones, algunas de vigencia muy corta y otras prometiendo subsistir. Por lo pronto, es un medio utilizado para obtener información y entretenimiento, y mientras existan noticias, existirán periódicos. Ahora el reto de cada publicación es cómo presentar la noticia y qué novedades ofrecer al lector.

## 2.1.2 EL PERIODISMO HOY EN MÉXICO



△ El Universal

En los últimos años se han manifestado algunos hechos políticos que han repercutido en la prensa mexicana.

En 1988, Cuauhtémoc Cárdenas inició su campaña por la presidencia de la República. Él había roto con el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y logró el apoyo de grupos minoritarios como el Partido Popular Socialista (PPS) y el Partido Socialista de los Trabajadores (PST), el cual se transformó en el Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional. Esta alteración política se tradujo también en un nuevo enfoque de la prensa hacia los hechos políticos.

La televisión insistió en ignorar las campañas de oposición, distorsionarlas y difamar a sus candidatas, así como a los partidos que los apoyaban.

Mientras, el PRI invirtió mucho dinero en publicidad, en espacios en periódicos, televisión y radio, y lejos de ganar, el partido oficial tuvo un resultado dudoso. Hubo acusaciones repeti-

das acerca de un fraude electoral y el PRI nunca pudo demostrar la legitimidad de su triunfo electoral.

La sociedad civil empezó a desconfiar de la información que le ofrecían. Esto produjo un cambio en los medios de comunicación, que perdieron credibilidad.

Carlos Salinas de Gortari, poco después de asumir la presidencia en 1988, propuso la eliminación del monopolio estatal de Pipsa (Productora e Importadora de Papel SA), así como la privatización de la empresa. Durante muchas décadas, los diarios sólo tuvieron a Pipsa como abastecedora de papel. Si el hecho de controlar el papel no servía para darle eficacia a los medios impresos, no tenía sentido mantenerlo, y, así, el Presidente anunció que desparecería este monopolio estatal.

El monopolio de papel es un medio de control de la prensa, pero, contradictoriamente, fueron los propios editores de periódicos los que pidieron que no se suprimiera, pues Pipsa constituía una forma de apoyo financiero, ya que



vendía el papel a precios subsidiados. Esto demuestra que a la sociedad no le servía esta prensa, pues no se sentía bien informada, y al mismo tiempo tampoco le servía al gobierno.

No se suprimió el monopolio del papel, pero sí se liberó el mercado. A partir de 1991 se comenzó a permitir su libre importación.

Esto introdujo un cambio entre prensa y poder, ya que comprar papel en el extranjero significaba no depender de un organismo estatal que vendía su materia prima más importante y de esta forma se lograba independencia periodística.

En el mercado internacional, el papel bajó sus costos. Pipsa corría el riesgo de una fuerte competencia, por lo que el gobierno mexicano decidió poner un impuesto al papel de importación; de esta manera, el papel nacional sería más barato.

Tuvieron que pasar diez años para que la Secretaría de Gobernación interviniera. Así, el 2 de julio de 1998, propuso la desincorporación de Pipsa de la administración pública federal, al no justificar su permanencia, poniendo un límite de doce meses para la desincorporación.

Actualmente existen varios periódicos que importan su papel de Estados Unidos y Canadá, por ejemplo, *El Universal* y *Reforma*, pero la actual crisis y la devaluación del peso frente al dólar han repercutido en la producción de los medios impresos, forzándolos a bajar sus tirajes o presupuestos, o bien, a elevar su valor adquisitivo.

Como ya hemos visto, la principal fuente de financiamiento de los periódicos ha sido el Estado, que lo hace mediante la adquisición de espacios publicitarios que publican en los diferentes diarios. Así la publicidad estatal era el

100% de su ingreso publicitario y el 90% de su ingreso total.

Durante muchos años, el Estado mantuvo un régimen fiscal mediante el cual permitía que los diarios pagaran muy poco de sus impuestos e incluso que no los pagaran. Sin embargo, cuando cambió este régimen, desapareció otro lazo que mantenía atados a los periódicos con el gobierno.

Bajo estas nuevas condiciones, la prensa siguió un curso diferente.

A principios de los 90, *El Financiero* adquirió una gran fuerza: de ser un órgano especializado se convirtió en un periódico de opinión política con gran peso, ya que mantenía una fuerte independencia del gobierno.

Esta importancia que logró *El Financiero* influyó sobre el resto de los periódicos. Hasta la fecha *La Jornada*, se ha mantenido con una línea crítica que le da gran espacio a la movilización de fenómenos sociales, por ejemplo, el Movimiento Zapatista, surgido en enero de 1994 cuando el "subcomandante" Marcos tomó diversas poblaciones del estado de Chiapas. Este diario representa un punto de vista que no es precisamente oficialista ni conformista, sino que se identifica con las clases políticas de izquierda.

*Proceso* y el viejo *Unomásuno* también son importantes en la historia del periodismo actual y se pueden considerar dentro de los antecedentes de libertad de expresión periodística.

*Reforma* nace con una notable independencia financiera del poder y esto le permite también manejarse con una importante libertad de expresión.

Actualmente existen algunos periódicos que están dispuestos a ejercer la libertad de expresión, mientras que hay otros que aún teniendo financiamiento



△ El Financiero



△ La Jornada



△ Unomásuno

privado, no se atreven a actuar con independencia del estado, por ejemplo, el *Novedades* y *El Heraldo*, periódicos que han sido tradicionalmente beneficiados por la publicidad privada y no se han hecho más independientes del gobierno.

Otro fenómeno que ha incidido en la libertad de prensa es el auge de la radio informativa, mismo que arranca en 1985 con los días del temblor y se fortalece durante estos últimos años. Es una radio en la que se dice todo y en el momento de los hechos, por lo que la censura tiene menos eficacia. La radio informativa en México fue siempre muy limitada, sólo existían noticieros una o dos veces al día. Actualmente, todas las radiodifusoras impor-

tantes disponen de servicios noticiosos prácticamente todo el día. Este es un hecho que da otra calidad a la información, menos controlable. Poco a poco la radio ha acostumbrado al poder a recibir la información sin censura.

Esta libertad de información y de opinión que hay en la radio incide también en los medios impresos.

Las relaciones entre prensa y poder en México han ido cambiando. Han surgido periodistas dispuestos a ejercer esa independencia informativa. Estos son factores que están marcando el periodismo de fin de siglo, un periodismo crítico, comprometido con la sociedad y en constante búsqueda de la libre opinión.

## 2.1.3. COMO SURGE REFORMA



▲ El 20 de noviembre de 1993 surge el periódico *Reforma*.

El 20 de noviembre de 1993, bajo la dirección de Alejandro Junco de la Vega, surge el diario matutino-*Reforma*. Esto sucede 55 años después del nacimiento de *El Norte*, periódico fundado el 15 de septiembre de 1938 por Rodolfo Junco de la Vega en la ciudad de Monterrey, Nuevo León.

Los antecedentes de *Reforma* se remontan 76 años atrás, cuando Rodolfo Junco de la Vega fundó el diario vespertino *El Sol*.

Su inquietud era fundar un periódico matutino. Se había planeado que *El Sol* apareciera por primera vez el día 1 de abril de 1922 por la mañana, pero por un problema en la prensa, no salieron sino hasta un día después por la tarde. Es así como se ven forzados a convertirlo en un diario vespertino.

*El Sol* contaba en los talleres con una prensa plana con capacidad para

ocho páginas. Además tenía dos linotipos dedicados al material corrido y anuncios. El periódico se repartía a través de voceadores dentro de la ciudad, y se distribuía a otras partes por medio del correo y ferrocarril.

Costaba 5 centavos el ejemplar. Usaba papel de rollo de cuatro páginas que le duraba tres días y el cual adquiría en la National Paper.

El producto de la venta del periódico se utilizaba sólo para comprar papel, tinta, algunas refacciones y tipos. La publicidad era escasa.

En 1937, Adolfo Rodríguez, gerente de la cadena de cines más grande de Monterrey, le cedió un terreno a Rodolfo Junco de la Vega, con el fin de que tuviera un edificio más grande para *El Sol*. Las condiciones de producción cada vez eran más favorables.

El anhelo por crear un periódico

matutino se fue incrementando. Así, el 15 de septiembre de 1938, durante el gobierno de Lázaro Cárdenas, en este mismo edificio y con el mismo personal de *El Sol*, se imprimió *El Norte*, con un tiraje de 15 mil ejemplares.

*El Norte* era un periódico preocupado por ofrecer una información veraz y oportuna. Buscaba ganarse la confianza de sus lectores.

Fue un periódico que vino a cambiar formas de trabajo y reglas usadas por otros diarios. Fue el primero en suprimir los pases de las noticias de la primera plana a las páginas interiores.

Esta primera edición incluyó artículos breves sobre moda, deportes, sociales, locales y una cartelera cinematográfica. Además artículos editoriales y una colaboración humorística de Pepe Peña; dos tiras cómicas, "El Pato Donald" y "Educando a Papá", y 25 anuncios publicitarios. Su precio era de 5 centavos.

Tres años después, el periódico ya constaba de dos secciones con un total de 14 páginas entre semana, y de 16 páginas los domingos con un suplemento adicional. Su precio era de 15 centavos y los domingos de 20. Ese mismo año adquirieron una prensa rotativa Dúplex, con la que fue posible hacer una edición de dos secciones con una tipografía diferente y con mayor rapidez.

Para el 15 de septiembre de 1948 la edición incluía más del doble de publicidad, dos páginas de Avisos de Ocasión, una página editorial, páginas de sociales y deportivas, 13 tiras cómicas, una sección completa con viñetas de humor y la sección "Aunque Usted no lo Crea" de Ripley.

En algunas ocasiones, *El Norte* sufrió de presiones y amenazas por tratar los temas sociales abiertamente y apo-

yar la libertad de expresión.

A veinte años de su nacimiento, la publicación constaba de dos secciones en 16 páginas con un tiraje de 50 mil ejemplares.

Para 1968, *El Norte* publicaba ediciones dominicales de 88 páginas con dos suplementos y costaba 60 centavos.

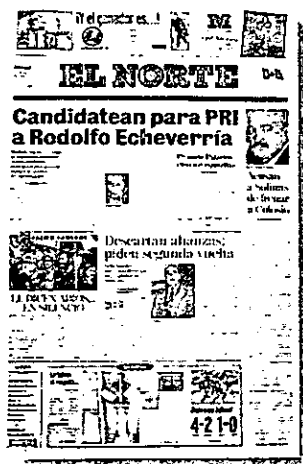
Ya para esas fechas, *El Norte* sobresalía por publicar importantes reportajes y por tener una buena cobertura de las noticias, gracias a lo cual, obtuvo diversos premios periodísticos. En 1962 obtuvo su primer premio internacional, el María Moors Cabot, por su labor en favor de la amistad y la comprensión internacionales.

Al año siguiente le fue conferido el premio Megenthaler, por su permanente lucha contra las injusticias. Este mismo premio se lo otorgarían nuevamente en 1976.

Para los años 70, el matutino contaba con un tiraje cerca de 100 mil ejemplares con cuatro secciones y 52 páginas diarias. Su economía era bastante solvente, tenía una gran aceptación y contaba con los mejores servicios informativos.

En esta época crearon cursos intensivos anuales de periodismo, de donde egresaron cientos de periodistas.

En 1975 nació el primer suplemento sectorial, *Sierra Madre*, que tenía como origen y destino el sector suroeste de la zona metropolitana (los municipios de Garza García y Santa Catarina). Esto implicó una nueva forma de periodismo. Aquí se publicaban hechos más concretos que concernían a una parte de la población específica. Posteriormente nació *La Silla, Edición Cumbres* y *Ediciones Anáhuac*, con los cuales se cubrían los cuatro puntos cardinales de la región.



▲ Así queda el El Norte tras su último rediseño en 1996.

En 1978 alcanzó un tiraje de 95 mil ejemplares con 52 páginas y cuatro secciones gracias a una rotativa Goss, tipo offset, con una capacidad de impresión de 60 mil ejemplares por hora. Al adquirir esta prensa también adquirieron una red de terminales y computadoras, con lo que agilizaron el proceso de producción y multiplicaron la eficiencia.

Durante esa década surgieron muchos cambios en el diseño de periódicos en el extranjero: si se contaba con una mejor tecnología para la producción de los mismos, entonces por qué no pensar en una mejor presentación. En Estados Unidos esta inquietud era muy clara y es así como comienzan a rediseñar sus formatos. Dos de los más importantes fueron el *New York Times* y el *Minneapolis Tribune*. El diseño adquiere un carácter altamente funcional. La tipografía se convierte en un elemento fundamental. Son utilizadas la Helvetica y la Univers, que proporcionaban un balance visual perfecto, pero carentes de personalidad.

En 1972 comenzó una nueva etapa para *El Norte* con la presencia de Alejandro Junco de la Vega, como presidente del diario, y con el ingreso de Ramón Alberto Garza en el área editorial. Ambos planearon la nueva línea editorial y comenzó a surgir la inquietud de la presentación gráfica.

Ramón Alberto Garza hizo entonces un análisis del diseño de los periódicos. Viajó a Estados Unidos y se involucró en la revolución del diseño que se vivía en ese país. La publicidad siempre había estado bien diseñada, pero ahora existía una necesidad de diseñar el área editorial. Hizo el contacto con diseñadores norteamericanos y empezaron a trabajar sobre el rediseño de *El Norte*.

Fue en 1982 cuando este rediseño,

gráfico y editorial, se consolidó. Había una organización de información por secciones muy bien estructurada y definida y es el nuevo diseño el que le va a dar solidez en términos visuales a los cambios de contenido que se planteaban. Esto le dio gran apertura al diario y volvió a tomar fuerza.

Ese mismo año ingresó al matutino Eduardo Danilo, con quien se formó un departamento de arte cuya función sería soportar esta nueva imagen y poner especial interés en cada sección, atender los elementos visuales como tipografía, ilustración y layout, entre otros.

El periódico seguía creciendo y, en 1985, surgieron las primeras secciones semanales. Eduardo Danilo hizo algunos ajustes en el diseño para ese crecimiento.

En 1986 surgió *Magazine* como la primera revista dominical editada por un periódico en México.

El diseño había ganado un espacio importante en *El Norte*: de tener un departamento de arte de tres personas, en siete años ya constaba de treinta y cinco.

Las secciones con las que contaba *El Norte* eran Internacional, Nacional, Local, Deportiva, Cultural, Negocios, Espectáculos y Seguridad Pública. Al ver que su público tenía diversas necesidades, fue creando nuevas secciones especializadas, de información y consultoría, o simplemente de entretenimiento, como Buena Mesa, Expansión, Fin de Semana, Acción, Sociales, Bienes y Raíces, Interfase y Consumidor, además de suplementos como Texas, Hogar y Gente, y Médico.

Para 1990, al ver el crecimiento de secciones, hubo que hacer un nuevo rediseño, esta vez a cargo de Eduardo Danilo. Se implementaron nuevos sistemas gráficos y elementos visuales que

caracterizaban a cada sección.

En 1996 se vieron en la necesidad de rediseñar una vez más el diario. Este último rediseño lo venían anticipando desde hace un par de años, pues tenían muchos modelos de los diarios de la década de los 80. Hubo un cambio tipográfico muy marcado que, sin salirse totalmente de la línea anterior, adquirió contemporaneidad. Junto con este cambio de diseño, también hubo un cambio editorial, y se replantearon las necesidades de los lectores. Este es el modelo que hasta ahora seguimos viendo y que ha sido bien aceptado.

Estos avances han sido reconocidos de diferentes formas. Le han sido otorgados diferentes premios a *El Norte*, nacionales e internacionales, tanto por su contenido informativo y calidad noticiosa, como por su diseño y modelo comercial. Entre esos premios se incluyen los Premios Merghenthaler, Pedro Joaquín Chamorro, Premio SIP (Sociedad Interamericana de Prensa) y SND (Society of Newspaper Design).

La SND ha distinguido a *El Norte* con más de 80 premios, por páginas, coberturas y rediseños.

Actualmente cuenta con más de 15 secciones —entre diarias y semanales—, además de diferentes suplementos suburbanos, como son Sierra Madre, Cumbres, La Silla y Anáhuac.

Retrocediendo algunos años, en septiembre de 1992, Alejandro Junco de la Vega comenzaba a visualizar la idea de producir un diario en la Ciudad de México. No podía ser un periódico parecido a *El Norte*, tenía que ser un periodismo distinto, ya que el público se-

ría diferente y con otras inquietudes.

Fue en el año de 1993 cuando comenzaron a buscar las herramientas necesarias para este nuevo proyecto. Todavía no existía el nombre del nuevo producto, pero se sabía cuáles eran las intenciones: un periodismo en busca de la verdad. "la controversia tendría que habitar sus páginas, las discusiones nacionales tendrían que transitar forzosamente por él"<sup>22</sup>.

Desde un principio se tomó el diseño como elemento fundamental en este nuevo proyecto. Eduardo Danilo hizo un estudio preliminar en octubre de ese mismo año y no fue sino hasta marzo de 1993 que inició, junto con Roger Black, importante diseñador norteamericano, el particular diseño de *Reforma*.

Buscaron personas jóvenes y emprendedoras para hacer este nuevo periodismo en la Ciudad de México. Seleccionaron a 180 personas, mismas que enviaron a Monterrey con el fin de recibir las nociones básicas de la cultura periodística que se quería generar.

A la par, se conjuntó a decenas de columnistas, gente cuya actividad respaldara sus ideas. Entre ellos se encontraban Miguel Ángel Granados Chapa, Enrique Krauze, Gabriel Zaid, Lorenzo Meyer, Federico Reyes Heróles, Jaime Sánchez Susarrey, Isabel Turrent, Adolfo Aguilar Zinser, Soledad Loeza, Humberto Musacchio, Roberta Lajous y Carlos Castillo Peraza, por mencionar algunos.

Los directivos decidieron que el 20 de noviembre de 1993 sería el día del arranque de *Reforma*. *Corazón de México*. La fecha, fuera de su connotación revolucionaria, no tendría otra parti-



REFORMA

cularidad de no ser porque ese día los diarios de la Ciudad de México no circulan. Desafiarían una costumbre. Buscaban ofrecer información a sus lectores más días del año. Esta intención sufre posteriormente amenazas, hay quienes no querían que se ejerciera una libertad de trabajo y de circulación. *Reforma* tenía la convicción de que la razón y el derecho estaban de su lado.

Fue elegido un nombre en cuyo significado implícito descansara una identidad y una vocación: *Reforma* "identifica a todo México y en su semántica asume la tarea de contribuir, a través de una cultura plural, al fortalecimiento de la sociedad"<sup>23</sup>. Adoptaron como símbolo del periódico el Ángel de la Independencia.

El 20 de noviembre arrancaron con el número cero, y el primero de diciembre de ese mismo año salió a la venta el número uno con un precio de 2.00 pesos. Fue un arranque lleno de errores que poco a poco se fueron eliminando.

Desde los inicios, la calidad ha sido una cualidad constantemente perseguida. Es por esto que se logró establecer un sistema de producción basado en sistemas computarizados, utilizando la más alta tecnología tanto en el área de redacción como en la de diseño.

La calidad de impresión era otro punto importante que no se podía olvidar. Es así que compran una prensa Metro Goss con una capacidad de impresión de 1000 ejemplares por minuto, y deciden importar las tintas (vegetales y minerales) y el papel de Estados Unidos. El primer tiraje fue de 30 mil ejemplares. Páginas con un sello joven e inex-

perto fueron los primeros resultados del diario. Constaba de secciones diarias como Nacional, Ciudad y Metrópoli, Internacional, Deportes, Cultura, Gente y Negocios; y secciones semanales como Buena Mesa, Es Viernes, Moda, Tiempo, Vida, Interfase, Magazine, El Ángel y Enfoque, estos dos últimos en formato tabloide, al igual que La Crónica, suplemento bimestral.

Ocho días después de la salida del periódico, Luis Donald Colosio fue nombrado candidato del partido oficial. El despliegue informativo realizado provocó sospechas injustificadas al grado de calificar a *Reforma* como "colosistas".

En enero del siguiente año, surge el Movimiento Zapatista al sur de la República.

Fue un año lleno de cambios políticos, económicos y sociales, mientras *Reforma* pretendía mantener el compromiso con el lector únicamente buscando informar con la verdad; se le comenzaba a tachar de "camachista", "zedillista" o "dieguista", según fuera la noticia.

Se empezaban a buscar formas diferentes de hacer partícipe al lector y al ciudadano en general, y encuentran diferentes vías como las encuestas y los sondeos que se hacen en el público.

También, con el fin de lograr esa nueva opción periodística planteada, se desarrollan los Consejos Editoriales. *Reforma* tenía que ser un espacio abierto para todas las ideas. Estos Consejos son creados para que *Reforma* escuche la opinión y la crítica de la comunidad y de esta manera se enriquezca la información. Son 12 los consejeros elegidos por el consejo Directivo del periódico,

entre los que se cuentan amas de casa, estudiantes, empresarios, líderes de la comunidad, profesores, comerciantes, médicos, sacerdotes y uno o varios especialistas en el campo de la sección correspondiente. De esta manera se garantiza el pluralismo.

Un año después de su nacimiento, el periódico ya contaba con 664 empleados y el tiraje había aumentado a 60 mil ejemplares. La SND (Society of Newspaper Design) galardonaba con dos premios al diseño del periódico.

Días antes de cumplir su primer año de existencia, *Reforma* es boicoteado por la Unión de Voceadores, cuyo dirigente era Manuel Ramos Rivadeneyra, al suprimir la circulación de este diario en los puestos de periódicos.

*Reforma*, a diferencia de los demás diarios, saldría a la venta también el 1 de enero, 5 de mayo, 16 de septiembre, 20 de noviembre y 25 de diciembre. El dirigente de la Unión no quería que *Reforma* ofreciera promociones para aumentar sus suscripciones, que éste se vendiera en locales cerrados, ni que se publicara esos cinco días del año que ellos habían elegido descansar.

Unidos por la defensa de la libre circulación, el derecho a la información de los lectores y el derecho individual al trabajo, empleados, directivos, colaboradores y editorialistas salieron el 3 de noviembre de 1994 a vender *Reforma* a la calle.

Diputados y senadores de diversos partidos, futbolistas, comentaristas y artistas pasaron a engrosar las filas de los nuevos voceadores de *Reforma* en las principales calles de la ciudad.

Esta lucha por la libertad dio la vuelta al mundo a través de los principales diarios.

El líder de la Unión de Voceadores advirtió que no permitiría la creación de un canal de distribución diferente al de la Unión. Cinco días después de iniciado el conflicto, Néstor de Buen, asesor jurídico de la Unión, señaló que no conocía ley alguna que impidiera que *Reforma* abriera un canal alternativo de distribución.

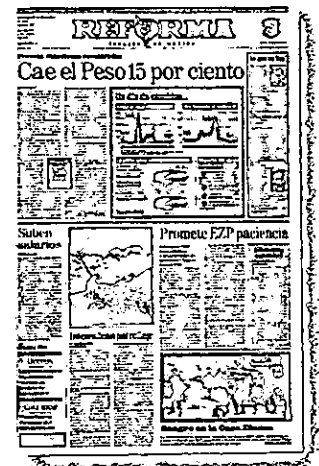
Manuel Ramos Rivadeneyra convocó entonces a un boicot nacional para que sus afiliados no vendieran *Reforma* ni *El Norte* de Monterrey.

Este hecho permitió a *Reforma* crear un sistema de venta directa al público a través de "microempresarios", con lo que se generó una nueva fuente de empleo e ingresos.

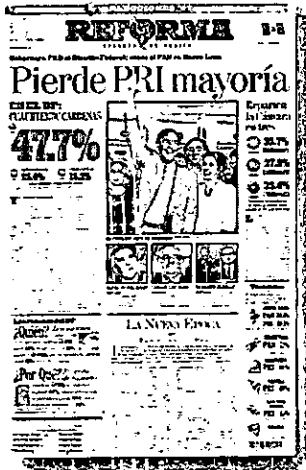
A finales de 1994, México atravesó una de las peores crisis de los últimos años. *Reforma* se vió seriamente afectado al incrementar el precio del papel y tuvo la necesidad de hacer un recorte de secciones, así como de aumentar el precio de la unidad, que de 2.00 pesos se incrementó a 3.00 pesos y posteriormente a 4.00 pesos. Actualmente su precio es de 5.00 pesos, entre semana y de 10.00 pesos los domingos.

Las secciones que se vieron afectadas fueron *Es Viernes*, *Vida y Tiempo*: la primera desapareció por completo, y las otras dos pasaron de ser una sección de cuatro o seis páginas a ser una sola página semanal publicada en el espacio de *Cultura*. *El Ángel* pasó de formato tabloide de 24 páginas a un tamaño standard de cuatro; Enfoque se vió reducido en una tercera parte; *Cultura* comenzó a publicarse dentro de la sección *Gente*; *La Crónica*, con sólo tres números publicados, tuvo que desaparecer.

A lo largo de 1995 se fue recuperando poco a poco la economía de la empresa. En ese año, *Reforma* partici-



△ Para 1994, el tiraje era de 60 mil ejemplares.



▲ Cobertura de las elecciones por Jefe de Gobierno

pó en el concurso de la SND, y fueron 17 los premios recibidos por los diseñadores del diario.

Surgieron nuevas inquietudes por parte del lector y por lo tanto fueron apareciendo nuevas secciones y suplementos.

1996 fue un año muy fructífero para *Reforma*, diferentes reconocimientos le fueron concedidos al diario matutino. Ese año fueron 30 los premios otorgados al diseño de *Reforma* por la SND. Se abrió una nueva oficina de información en la ciudad de Guadalajara y comenzó una nueva trayectoria de reporteros y fotógrafos, pues el plan a mediano plazo era producir un nuevo periódico en esta ciudad. Además, se inició un nuevo suplemento: Estado, cuya periodicidad es diaria y su contenido abarca sucesos únicamente concernientes al Estado de México.

El éxito de un periódico depende de muchos factores, políticos, sociales y económicos. 1997 fue un año de muchos cambios y sucesos en el país, además de que se llevaron a cabo las primeras elecciones para elegir Jefe de Gobierno del DF, acontecimiento que causó grandes expectativas en la población y que tuvo una excelente cobertura por *Reforma*, hecho que le hizo merecer un premio de la SND, galardonando la sección completa. Este premio se sumó a los otros 28 premios en los que, una vez más, la SND reconoce la labor de los diseñadores de *Reforma*.

No conformes con el éxito obtenido en México, se incluyeron ediciones especiales de *Reforma* en cinco periódicos

de la República. A estas ediciones se les conoce como encartes, su extensión varía de ocho a doce páginas y se publican dentro de los diarios *AM de León*, el *Victoria de Durango*, *El Pulso de San Luis*, el *Novedades de Yucatán* y *El Norte de Ciudad Juárez*. Son producidas por el equipo de *Reforma* e impresos en el periódico destinatario. Aquí se incluye la información más relevante de la edición de México.

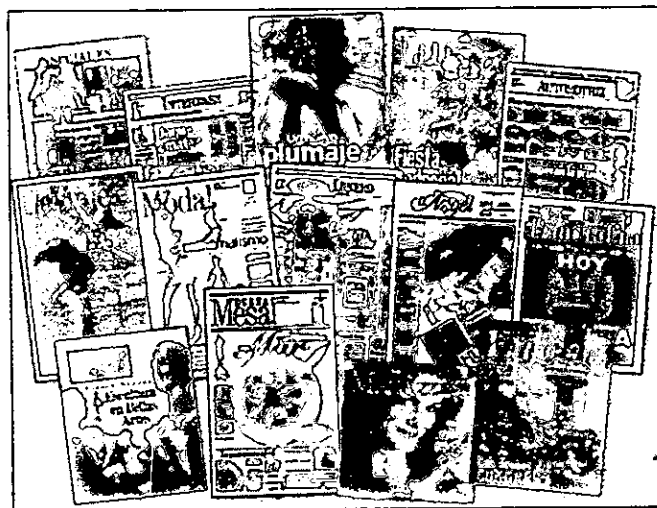
Los planes de expansión continúan; con poco más de seis años de vida, *Reforma* ha logrado consolidarse como empresa periodística, ahora internacionalmente reconocida, cuya meta siguiente es tener más y mejores publicaciones en el resto de la República.

\*\*\*

Cuatro años después del nacimiento de *Reforma*, se inicia una nueva publicación: *Metro* (noviembre de 1997), diario en formato tabloide y de tono amarillista, con un tiraje de 50,000 ejemplares, cuya producción se hace en *Reforma* y se distribuye exclusivamente en la Ciudad de México. Su costo era de 3.00 pesos

Posteriormente un nuevo proyecto se consolida en Jalisco: *Mural*. Su antecedente es *Jalisco Semanal*, publicación editada a partir de noviembre de 1997 por un equipo coordinado por la dirección de *Reforma-El Norte*. Un año después se convirtió en un diario con características muy similares a las de los otros periódicos de la Editora *El Sol*, pero esta vez en la ciudad de Guadalajara.





## 2.2 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PERIÓDICO REFORMA

**R**eforma es un periódico matutino de circulación diaria cuyo objetivo es producir un periodismo de investigación, en el cual el ciudadano encuentre reflejadas sus actividades.

A lo largo de cinco años se ha consolidado como una de las empresas periodísticas más importantes del país; para lograrlo ha implementado un sistema en el cual las áreas de trabajo están muy bien definidas, consiguiendo así un control de calidad de información y una producción eficaz.

*Reforma* ha dividido su trabajo en dos grandes ramas: Comercial-Circulación y Redacción.

Como ya mencioné antes, la publicidad es actualmente un elemento primordial en los periódicos, pues gracias a ella subsisten, y en el caso de *Reforma*, le otorga una autofinanciación. El departamento de Comercial se encarga de generar la publicidad mediante la venta de **desplegados**, **gacetillas** y pu-

**blirreportajes**. En este departamento también se producen algunas secciones como *Viernes Social* o *Expansión* y *Reforma*, cuya información es pagada y su fin es hacer publicidad al cliente.

El departamento de Circulación se ocupa fundamentalmente de la distribución y ventas de la publicación.

Las ventas se hacen a través de tres canales principalmente. La primera y la más importante es por medio de suscripciones. Esta tiene dos ventajas: la primera es que es una venta segura, ya que se cuenta con un número determinado de lectores para garantizar un tiraje mínimo, y la segunda, que se paga por adelantado. El segundo tipo de venta es por medio de locales o establecimientos cerrados, por ejemplo tiendas de auto servicio y cafeterías. El último canal es la venta directa al público, lo que se realiza a través de los "microempresarios". Este sistema tiene más de tres años funcionando con muy

### Desplegado

Así se le conoce a los anuncios

### Gacetilla

Noticia corta hecha y pagada por el cliente para insertarse en el diario. Sus estilos deben ser totalmente diferentes a los utilizados en *Reforma*

### Publirreportaje

Noticia o evento cuya cobertura es solicitada y pagada por el cliente

buenos resultados. Es una organización en donde hay distribuidores, que son los que compran directamente a la empresa un volumen determinado de periódico, y éstos a su vez se lo distribuyen a los microempresarios, que son los voceadores de *Reforma*. Estas personas se ubican en puntos estratégicos de la ciudad y hacen una venta directa en las calles mediante la cual el producto es llevado a las manos del consumidor.

El departamento de Redacción es el que se encarga de toda la cuestión editorial, de conseguir el material informativo y de opinión para ser llevado al lector. Es aquí donde se organiza toda la información de interés público.

*Reforma* ha establecido su propio decálogo y es de acuerdo con él como se ha desarrollado su línea editorial.

#### "Decálogo Reforma"

1. Mantener la independencia.
2. Ser buen depositario del derecho ciudadano a estar informado.
3. Ejercer la libertad de expresión, indagando y publicando hechos, datos y verdades de interés público.
4. Defender los derechos del ser humano, los valores de la democracia representativa y de la libre iniciativa.
5. Asegurar el acceso de los lectores a las diferentes versiones de un suceso, a las distintas corrientes del pensamiento y opinión de la comunidad.
6. Garantizar el derecho a la réplica objetiva.
7. Abrir los procesos de información del periódico al escrutinio y a la participación activa de consejos editoriales de la comunidad.
8. Respetar el derecho de cada individuo a su privacidad, salvo cuando este derecho constituya un obstáculo a la difusión de información de interés público.

9. Diferenciar, en forma identificable para los lectores, el material editorial y publicitario.

10. Corregir errores que hayan sido cometidos en sus ediciones.

Además, ha desarrollado ciertas estrategias que le han permitido cumplir con sus propósitos. Una de las más importantes es la formación de los Consejos Editoriales. Estos fueron creados desde el inicio del periódico con el fin de mantener contacto con la ciudadanía. *Reforma* nació como una nueva opción periodística que busca ser un espacio abierto para todas las ideas y la participación activa de la comunidad. Es a través de los Consejos Editoriales que recoge la opinión pública y la crítica de los líderes de la sociedad, con el fin de enriquecer su información.

Los Consejos Editoriales están divididos por secciones, tienen una vigencia de seis meses y participan diferentes personas que representan a la comunidad. Sus funciones son ayudar a orientar en cuanto al contenido editorial y la presentación gráfica del periódico, identificar errores y omisiones informativas, ofrecer contexto y balance a la información, y mejorar y enriquecer la actividad periodística. Se reúnen cada quince días y durante cada sesión se comenta el contenido y la temática de la sección durante el tiempo transcurrido desde la última junta.

Además, han sido creados otros sistemas para mantener contacto con el público y que éste pueda expresar libremente su opinión, como son Cartas al Director y el Departamento de Encuestas. El primero es un sistema abierto de correspondencia para el lector y el segundo es el departamento encargado de hacer sondeos informativos y de opinión entre los ciudadanos.

## 2.2.1 LAS SECCIONES DEL PERIÓDICO

Actualmente el Departamento de Redacción está organizado en secciones y suplementos. Las secciones se presentan en un formato sábana o estándar y los suplementos se presentan en este mismo formato o en formato tabloide (que es exactamente la mitad del estándar), la mayoría de las veces refilados o engrapados.

Las secciones se dividen en diarias y semanales, y los suplementos en semanales, mensuales y especiales.

Las secciones diarias ofrecen información actual, cubren principalmente los acontecimientos de relevancia generados durante el día y artículos de opinión, aunque también abren espacios a reportajes. Las noticias más importantes están en la portada del periódico, en donde también se incluye un cintillo en la parte superior con información breve de notas de otras secciones. "Todo material periodístico es información, pero esta información no necesariamente es periodística. La información periodística transmite información sobre un hecho actual, desconocido, inédito, de interés general y con determinado valor político ideológico. A este hecho se le llama noticia"<sup>24</sup>.

Estas secciones son Nacional, Ciudad y Metrópoli, Internacional, Deportes, Cultura, Gente, Negocios y Expansión y Reforma, esta última es una publicación del área comercial. Desde hace tres años, se publica diariamente Estado, suplemento que sólo incluye noticias del

área del Estado de México.

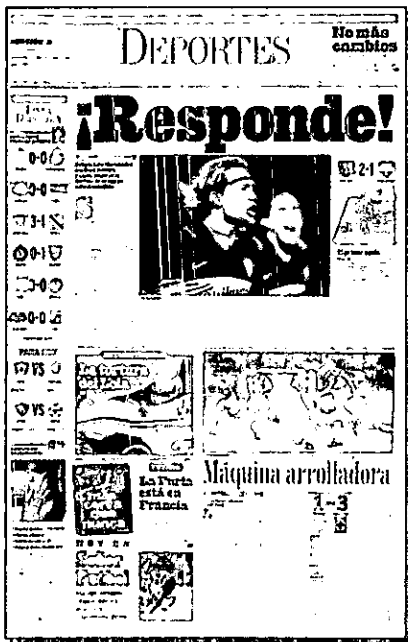
Las secciones semanales y suplementos ofrecen una información de contenido más ligero, aunque no por eso dejan de ser relevantes y de interés general. Estas secciones constituyen uno de los más apreciados valores agregados que el periódico ofrece. La periodicidad de los suplementos varía: puede ser semanal, mensual, bimestral, trimestral y anual.

Secciones semanales: Buena Mesa, Moda, Interfase y De Viaje

Suplementos Semanales: Magazine, Enfoque, Primera Fila, Club Reforma, Club Social, Gente Chiquita, Señor Futbol, y El Ángel, este último en formato standar, todos los demás en formato tabloide.

Suplementos especiales: Su Dinero, Universitarios, Hecho en México, Entre Muros, Mascotas y Seguros, con publicación mensual; La Novia, Salud, Mi Bebé, con publicación bimestral; EME, XY, Guía Médica y Recetario, con publicación trimestral. Existen algunos suplementos que aparecen una vez al año, como son Muchas Lecturas, FIL, Regreso a Clases, Día de la Madre, Día del Padre y Anuario. Ocasionalmente se generan otros suplementos conmemorando aniversarios o en relación con exposiciones o eventos. Algunos de estos suplementos son únicamente para suscriptores, con el fin de otorgarles un servicio adicional.

SECCIONES DIARIAS



**CULTURA**

**Reviven la maravilla de ANFICIA**

Un cuento que nos sacude



El cuento de ANFICIA, de Juan Ramón Jiménez, es una obra maestra de la poesía narrativa. El autor, nacido en San Juan de los Ríos (Cádiz) en 1881, fue un poeta, escritor y crítico literario. Este cuento, publicado en 1912, narra la historia de un hombre que se enamora de una mujer que se cree muerta. El lenguaje es poético y evocador, característico del modernismo.

**Gente!**

¿La nueva novia?

**HAY STONES PARA EL SIGLO XXI**

¡Conócelo!



Este suplemento de prensa presenta una variedad de temas culturales y sociales. Incluye una sección titulada '¿La nueva novia?' que podría referirse a un artículo sobre relaciones o moda. Otra sección, 'HAY STONES PARA EL SIGLO XXI', sugiere un análisis sobre el futuro o la cultura popular. El suplemento también contiene una sección '¡Conócelo!' que podría ser un perfil de una personalidad o un lugar.

SECCIONES SEMANALES Y SUPLEMENTOS

**Angel**

**ALEXANDR SOLZHENITSYN**

**LA MEMORIA DEL EXILIO**

DE TEATRO Y TORO



Este suplemento de la revista 'Angel' está dedicado al escritor ruso Alexander Solzhenitsyn. El título principal es 'LA MEMORIA DEL EXILIO', que hace referencia a su experiencia de prisión y exilio en Siberia. El suplemento también incluye una sección titulada 'DE TEATRO Y TORO', que probablemente cubra temas de arte escénico y cultura popular.

**BUENA Mesa!**

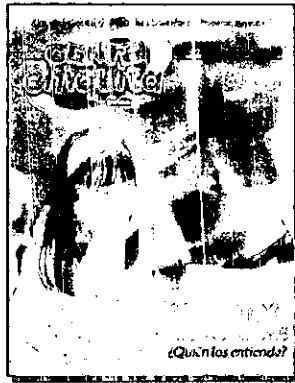
**Del mar a la tierra**

¡Mesa de Cultura!

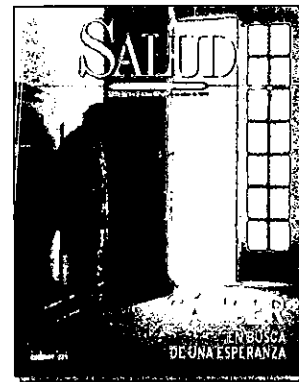
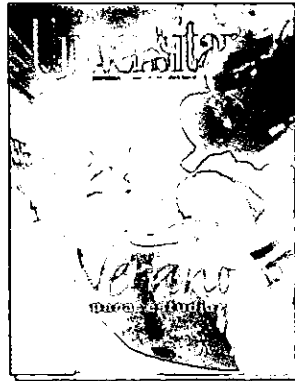


Este suplemento de prensa se centra en temas gastronómicos y culturales. El título 'BUENA Mesa!' juega con el concepto de una buena comida y una buena conversación. La sección 'Del mar a la tierra' sugiere artículos sobre ingredientes frescos o recetas. La sección '¡Mesa de Cultura!' indica que se discutirán temas culturales relacionados con la alimentación.

SECCIONES SEMANALES Y SUPLEMENTOS



# SUPLEMENTOS ESPECIALES



## 2.2.2 CÓMO FUNCIONA REFORMA

El Departamento de Redacción está dividido en secciones, y para optimizar tiempo y esfuerzo, cada sección tiene su propio equipo. *Reforma* ha creado una dinámica de trabajo en donde cada sección funciona independientemente de las otras secciones, toma sus propias decisiones y se hace responsable de su publicación. A la vez, se apoya en diferentes departamentos que de una u otra forma complementan la información, gráfica o editorial, o forman parte del proceso de producción, como son los departamentos de

ilustración, de fotoarte, de scanner, de sistemas y de corrección.

La Dirección Editorial es la que señala la política editorial, coordina el trabajo del personal y representa oficialmente a la empresa.

Cabe mencionar que existen subdirecciones, las cuales tienen una relación muy estrecha con cada sección, esto con el fin de asesorar el contenido y la publicación. Según la sección y la cantidad de páginas con que se dispone, es el número de personas que integran el equipo.

### 2.2.2.1 EL EQUIPO DE TRABAJO DE UNA SECCIÓN

En general, una sección cuenta con un editor, uno o varios coeditores, reporteros, un coeditor gráfico, un coeditor gráfico asociado, diseñadores y reporteros gráficos.

El Editor es la "cabeza" de la sección, determina el material a publicar. Señala las notas de interés de acuerdo con el público lector, asigna reporteros para coberturas de determinados asuntos y les asigna la fuente que debe cubrir. Es responsable de la actividad eficaz de los reporteros, coeditores y diseñadores.

El Coeditor también tiene la tarea de asignar eventos a los reporteros, así como de encausarlos; además, revisa y edita las notas. Es el responsable editorial en la ausencia del Editor.

El Reportero es el sujeto clave del periodismo informativo, está en contacto con los hechos, recoge la noticia,

hace entrevistas y realiza reportajes. Cada reportero tiene asignada una fuente y además se le pueden encomendar otras investigaciones o coberturas.

El Coeditor Gráfico es el responsable gráfico de la sección: no sólo diseña, sino que también participa en cuestiones editoriales. Su función es planear, proponer y desarrollar la portada y las páginas interiores. Tiene la obligación de involucrarse con las notas para así poder reflejar el contenido en la presentación gráfica, es por esto que tiene una relación muy estrecha con los editores, fotógrafos y reporteros.

El Editor Gráfico Asociado participa directamente con el Coeditor Gráfico planeando la sección. A la vez, también se involucra en el desarrollo de la sección para poder tomar las decisiones necesarias. Los diseñadores



dores están como apoyo en las secciones y deben conocer los estilos para poder dar soluciones rápidas.

El Reportero Gráfico es el que va a hacer la fotografía. Tiene la tarea de

conseguir documentos gráficos que reflejen la noticia o historia.

Todas estas personas trabajan en equipo y sólo es así como se consiguen los mejores resultados.

## 2.2.2.2 PROCESO DE ELABORACIÓN DEL PERIÓDICO

El proceso completo de elaboración del periódico se basa en un complejo sistema que opera gracias a un sofisticado equipo de cómputo que incrementa la rapidez y eficacia del producto. Este proceso no sólo abarca la rutina diaria de producción, sino también todo el desarrollo de la planeación del contenido. Detrás de este proceso existen muchas personas organizadas en diferentes departamentos que contribuyen a la formación del periódico. La jornada comienza un día antes, cuando el editor planea y distribuye los eventos más importantes del día siguiente, y asigna a reporteros y reporteros gráficos diferentes órdenes de trabajo.

### REPORTEROS Y FOTÓGRAFOS

Como primer paso, el reportero obtiene la información necesaria para escribir la nota. La mayoría de las veces se hace acompañar de un fotógrafo, quien se encargará de obtener la imagen que acompañará la historia.

Desde los inicios de *Reforma*, el Departamento de Fotografía había funcionado de manera tal que cualquier fotógrafo podía cubrir requisiciones de todas las secciones. Este Departamento estaba formado por profesionales cuya capacidad les permitía tomar fotografías de cualquier tipo de evento. Pero en la búsqueda de implementar nuevas fórmulas de tra-

bajo que optimizaran los resultados, a partir de 1997, se comenzó a experimentar un nuevo esquema de trabajo en el que se asignaron determinados fotógrafos a las secciones, con el fin de que existiera un mayor involucramiento con los temas de la sección y, a la vez, una mayor interacción con editores y diseñadores. Muchas veces una buena página depende de una buena fotografía y, por lo tanto, es importante la comunicación que mantengan los integrantes de la sección.

Previendo que no todas las secciones tienen las mismas necesidades fotográficas, *Reforma* ha creado un Estudio Fotográfico, en el cual trabajan profesionales haciendo sesiones especiales de previa planeación, esto es, con más tiempo, con una iluminación especial y, en algunos de los casos, con modelos y cambios de vestuario. Este servicio es utilizado principalmente por las secciones semanales y se comparte con el Área de Comercial.

### EL EDITOR

Una vez que reporteros y fotógrafos regresan a la Redacción con su material, el Editor ya tiene plena conciencia de los sucesos más relevantes y procede a organizar cada página ubicando notas y fotografías por importancia y procurando dar un orden de lectura.

### Scanner

Analizador electrónico. Es una máquina electrónica que "lee" imágenes visuales y produce materiales de reproducción.

### Fotomecánica

Proceso en el que se fotografían los originales para transportarlos a la lámina o plancha para su reproducción en offset, fotograbado o huecograbado.

### DPI (Dots per inches)

Puntos por pulgada. Es el número de puntos contenidos en una pulgada del área de impresión, mientras más alto es el DPI, mejor es la resolución obtenida.

### Separación de color

Proceso de preparar, por separado, cada una de las placas de los colores primarios (amarillo, cyan, magenta) y el negro que al ser impresas en el papel producen una imagen a todo color.

### Eps

Archivo encapsulado de la fotografía.

Diariamente son convocados los editores de cada sección a una junta con los subdirectores para exponer sus notas más relevantes. Este es un foro en el cual se plantean formas de abordar las noticias y se hacen juicios y opiniones con respecto a los materiales.

Los editores de *Reforma* interactúan con los de *El Norte* comentando las notas e intercambiando información. Tienen contacto con los corresponsales en otros estados de la República y en otros países, además de que se apoyan en las notas que llegan por sistema de cable procedentes de las Agencias de Información. Es muy importante la estrecha relación de trabajo entre el Editor y el Diseñador, pues juntos planean la edición procurando respetar los lineamientos editoriales y de diseño.

### CENTRO DE SCANNER

Una vez que el fotógrafo escogió su material, ya revelado, lo manda directamente al Centro de **Scanner**, lugar donde se digitalizan y se retocan las fotografías. Todo se hace por medio de equipos de cómputo en lugar de utilizar la conocida **fotomecánica**. La digitalización puede ser de opacos, negativos y transparencias.

Este departamento está integrado por diseñadores y técnicos, los cuales han sido capacitados para operar la maquinaria que está formada por scanners de cama plana y de tambor, y el equipo de cómputo adecuado para este tipo de trabajo.

El scanner es un sistema de separación que explora las imágenes por medio de un rayo de luz para descomponerlas en los tres colores primarios. Y cada uno de estos componentes es transformado en información digital y

alimentado a una computadora. Aquí se hacen las correcciones necesarias según los requerimientos de impresión: calibración de fotografías (las fotografías blanco y negro se trabajan a 100 dpi y las de color se trabajan a 170 dpi) y nivelación de colores, separando la imagen en cuatro placas, lo que se conoce comúnmente como **separación de color**.

Después de retocar la imagen, ésta se almacena en un servidor llamado OPI (Open Prepress Interface) y de esta forma el diseñador ya puede hacer uso de ella en su computadora.

### FOTOVIX E INFODEX

*Reforma* ha creado diferentes sistemas que cubren las necesidades diarias del periódico. Uno de estos sistemas es el Fotovix, un programa en la computadora donde aparecen las imágenes en baja resolución. En éste se pueden ver todas las fotos generadas durante el día y sólomente son almacenadas por cuatro días en una sección diaria y por una semana en una sección semanal.

Es aquí donde el Editor y Coeditor Gráfico escogen las fotografías necesarias. Desde este programa se hacen las notificaciones, esto quiere decir hacer la orden de trabajo para el Centro de Scanner en donde se señala el tamaño y color de la imagen, así como la página de su publicación. Después de notificar la foto, el diseñador tiene acceso a una "imagen previa" o "prevista" de la misma, con la cual puede trabajar su página. Cuando el personal de Scanner termina de retocar la foto, la "prevista" se sustituye automáticamente por una baja resolución (**Eps**) de la fotografía retocada.

Infodex es un programa en donde se pueden localizar fotos de archivo y fotos procedentes de agencia (se tiene

contrato con tres agencias internacionales de fotografía: Reuter, Associated Press y Associated France Press, y con una nacional, que es Notimex), así como los cables informativos de todas las agencias nacionales e internacionales: Notimex, EFE, Reuter, Associated Press y Associated France Press. También se puede notificar desde aquí las fotografías requeridas, mismas que también serán trabajadas por el Centro de Scanner.

#### EL DEPARTAMENTO DE ARCHIVO

Este Departamento es el encargado de almacenar todas las fotografías que llegan a la Redacción, ya sea material de fotógrafos del periódico, material proporcionado por el reportero o fotografías de agencia. Una vez que éstas han sido digitalizadas por el personal del Centro de Scanner e identificadas por el fotógrafo, reportero o diseñador (entendiéndose por identificación, describir la foto anotando el personaje, ocupación y lugar donde se hizo la fotografía), el personal de Archivo las almacena en un disco óptico. El propósito de este procedimiento es que exista un respaldo permanente de las imágenes, de manera que se pueda hacer uso de ellas cuando sea necesario.

#### EL DISEÑADOR

Esta es la persona que debe interpretar las historias o notas y generar ideas para traducir la información a términos gráficos. Debe lograr la integración entre los dos factores más importantes para *Reforma*: la información y el impacto visual.

Una vez que tiene plena conciencia de la información gráfica y editorial con la que cuenta, comienza el proceso

de diseño, primero con bocetos en papel, posteriormente con un boceto final en la computadora, para después pasar a la etapa final en donde todos los detalles son ajustados. Para evitar errores, todas las notas son leídas por la gente del Departamento de Corrección y Estilo y posteriormente el Editor revisa la página ya terminada por el responsable gráfico. Este procedimiento será cuidadosamente descrito en el capítulo siguiente.

#### ILUSTRACIÓN Y FOTOARTE

Algunas veces es necesario complementar la información gráfica. Como apoyo existe un Departamento de Fotoarte y otro de Ilustración que proponen y crean en conjunto con el Editor y Coeditor Gráfico.

En Fotoarte trabajan diseñadores y fotógrafos manipulando fotografías por medio de la computadora (**duotonos**, **collages**, **silueteos**, alteración de fondos, entre otros). En Ilustración, diseñadores producen gráficos como son las infografías, cartografías, diagramas, ilustraciones y viñetas editoriales a partir de una idea generada por el Editor y/o el Coeditor Gráfico. (La descripción de estos recursos gráficos se incluye en el Capítulo 3, que corresponde a la sección Cultura)

#### EL DEPARTAMENTO DE PREPrensa Y PLACAS

El Departamento de Prerensa es el lugar en donde se encuentran las filmadoras y las máquinas reveladoras. Las páginas son enviadas directamente de la computadora del diseñador, a través de una red, a la filmadora. En el momento de enviar páginas, se sustituyen automáticamente las fotos en baja

#### Duotono

Un medio tono que utiliza dos colores: normalmente negro y otro contrastante. Éste se aplica generalmente a una fotografía que de origen es blanco y negro.

#### Collages

Técnica expresiva que consiste en pegar imágenes diferentes para formar una sola.

#### Silueteo

Imagen donde el fondo ha sido removido, dejando sólo el elemento principal.

### Hires

Archivo en alta resolución de la fotografía

### Rip

Raster Image Processor. Convierte de Postscript (lenguaje de programación que describe objetos) a bitmap para que la filmadora lo pueda leer.

### Bitmap

Prendido y apagado de bit. Es un formato de imagen.

resolución por altas resoluciones (**Hires**), pasan por un servidor llamado **Rip**, en donde se convierte la información en **Bitmap**, para que la pueda transcribir la filmadora. La filmadora lee la información y la imprime en el negativo, ese proceso que dura en promedio de 7 a 10 minutos, según los gráficos que contenga. Posteriormente, pasa la película a una máquina reveladora, en la cual atraviesa por cuatro procesos: líquido revelador, con una temperatura de 37 °C; fijador, con una temperatura de 35 °C; agua y secado, esto en un promedio de 3 minutos.

Ya revelada la página, el negativo es revisado por el diseñador responsable, ya que pueden aparecer errores que no se perciben en la computadora, por ejemplo, cajas transparentes tapando textos o imágenes, fotos con problemas de impresión, sustitución de fuentes, etcétera.

Una vez autorizada la página por el diseñador, procede al Departamento de Placas, en donde las páginas a color se ordenan y enmascarillan; posteriormente el negativo es procesado para formar una placa de aluminio, que es la que se monta en los cilindros de la prensa para ahora iniciar el proceso de impresión.

## PRENSA E IMPRESIÓN

Con el objetivo de obtener la mejor calidad posible en su presentación, *Reforma* ha puesto especial interés en el proceso de impresión y en la materia utilizada para este fin. Es por esto que desde sus inicios adquirieron una prensa marca Goss, cuya capacidad de producción le permite imprimir largos tirajes en poco tiempo y con una muy

buena calidad.

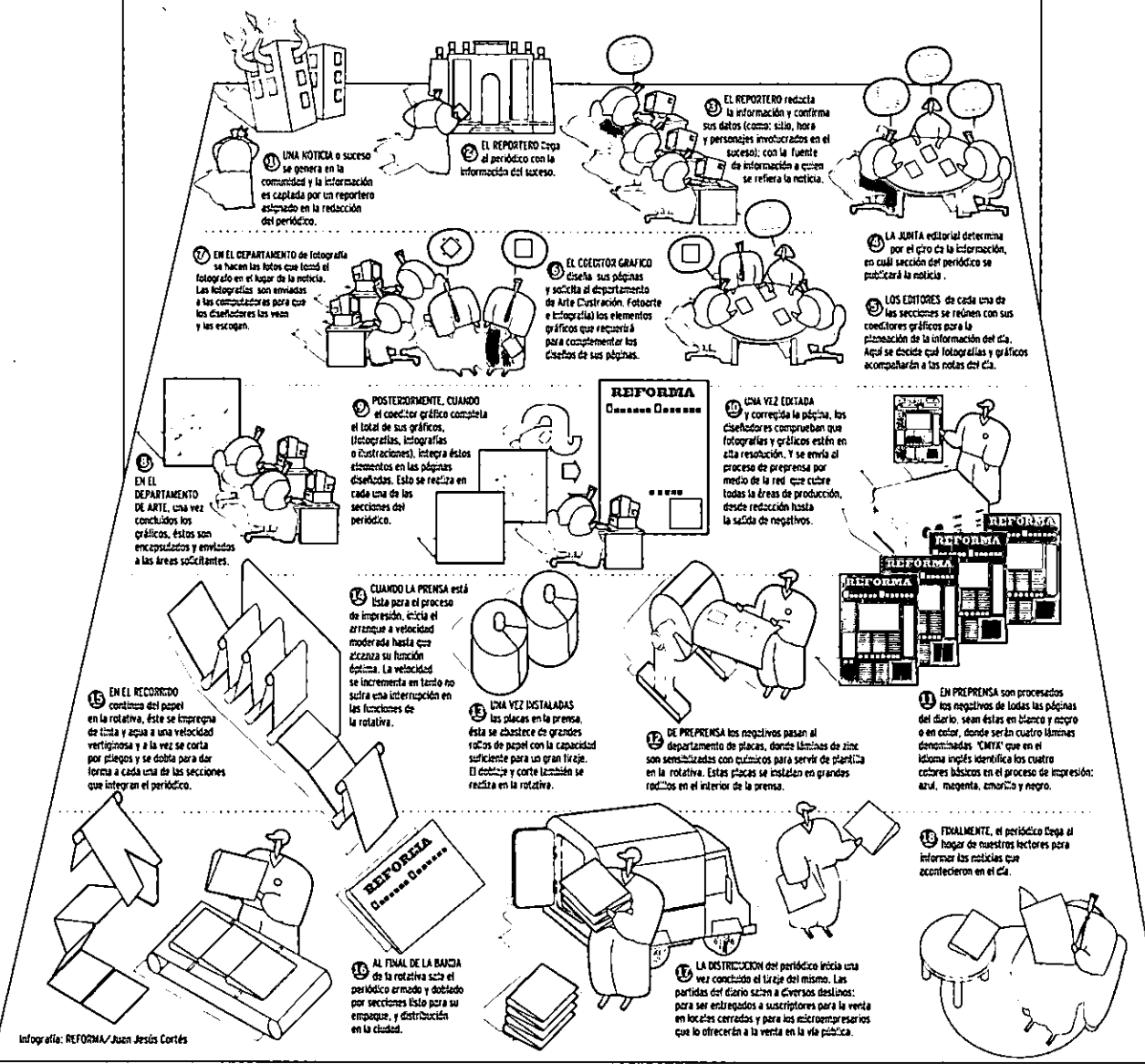
Esta rotativa cuenta con 12 unidades de impresión, cuyo tiraje tiene un promedio de 60.000 páginas por minuto. El proceso de impresión comienza con la colocación de rollos, se les conoce comúnmente como rollos "de ocho", "de seis" y "de cuatro", lo que significa que tienen capacidad de imprimir cuatro páginas tamaño sábana, tres y dos respectivamente. Por ejemplo, una sección de cuatro páginas como *Cultura*, requiere de un rollo "de cuatro", mismo que se coloca en las estrellas (sitio donde se coloca el papel).

Una vez colocado el papel en la máquina, comienza el proceso de impresión en offset, el cual funciona a través de cuatro tambores, dos son los portadores de placas y los otros dos hacen la función de portamantillas. El sistema de portaplacas tiene una doble función: una es la de atrapar la tinta en las superficies de impresión y la otra de limpiar las áreas de no impresión por medio de unas espumas con agua. La tinta que queda en las placas es la que se transmite a la mantilla y de la mantilla se imprime en el papel.

A continuación, el papel pasa por las distintas unidades correspondientes a las tintas. Una vez terminada la impresión de las cuatro placas, pasa por un sistema de cuchillas en donde las páginas son cortadas en cuatro, posteriormente se doblan primero en dos y después una vez más a la mitad.

El proceso de impresión, de corte y doblado termina aquí, ahora lo que resta es el encartado, que es el proceso de organizar el periódico en donde la primera sección hace las veces de envolvente para el resto de las secciones.

# Como funciona el periódico



Infografía: REFORMA/Juan Jesús Cortés

## LA SECCIÓN CULTURA

3.1 Noción general de Cultura

3.2 Cultura en *Reforma*

3.3 Características generales de la sección Cultura

3.4 Características de diseño

3.5 Que es el Coeditor Gráfico

3.6 Proceso de diseño

3.7 Negativos y pre prensa

### 3.1 NOCIÓN GENERAL DE CULTURA

Se han manejado diferentes definiciones y conceptos de cultura a lo largo de la historia, siempre refiriéndose a las condiciones o factores que determinan el desarrollo de los individuos.

Constantemente tenemos referencias "culturales", en la radio, la televisión, en la prensa, o en cualquier medio. Escuchamos hablar de manifestaciones culturales, y si partimos de que manifestar significa expresar una opinión, la gran mayoría de nuestros actos podrían considerarse manifestaciones culturales.

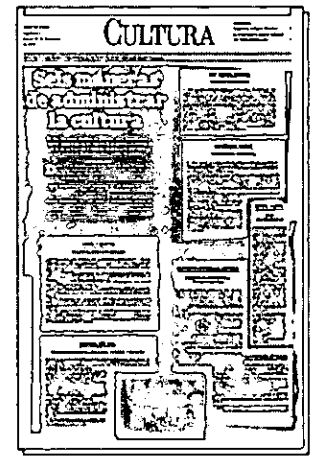
El término Cultura está estrictamente relacionado con la conducta del hombre aunada con los objetos materiales que tienen que ver con su comportamiento. Específicamente, Cultura consiste en "lenguaje, ideas, creencias, costumbres, códigos, instituciones, herramientas, técnicas, trabajos de arte, rituales y ceremonias"<sup>25</sup>.

Lo que se considera la definición clásica de cultura se rescata del siglo XIX del antropólogo inglés Edward Burnet Tylor: "Cultura es ese complejo todo que incluye conocimiento, creencia, arte, moral, ley, costumbre, y cualquier otra aptitud o hábito del hombre como miembro de la sociedad"<sup>26</sup>.

Ambas definiciones hacen referencia al hombre involucrado en la sociedad en la que vive, en donde existen

ciertos lineamientos que rigen su vida y en donde hay factores que influyen sobre su conducta. Es decir, no podemos reducir el concepto de Cultura a manifestaciones artísticas o sociales. "Ya no se piensa únicamente como el espacio de los libros y las bellas artes. Es concebida como el conjunto de actos y discursos donde se elabora la significación de las estructuras sociales. Entendida como parte de los procesos simbólicos que contribuyen a la reproducción y transformación de las sociedades, se le ve como un espacio clave en la formación de las naciones modernas y en la reformulación de lo nacional que ocurre en las migraciones masivas, en la integración a mercados y circuitos transnacionales de bienes económicos y culturales".<sup>27</sup>

En México, la cultura ha ido tomando diferentes rumbos. Vivimos en un país de diversidad social al cual le corresponde una diversidad cultural. La cultura popular es un término que en los últimos años ha cobrado importancia, pues el tema de lo 'popular' involucra al ciudadano. El sociólogo Jorge A. González cita a la cultura popular, como "una cultura que emana de los grandes medios de difusión colectiva."<sup>28</sup> De ser así, puede considerarse como una cultura de masas, logrando una democratización de su consumo.



25 *The New Encyclopaedia Britannica*, Encyclopaedia Britannica Inc., 1987, volumen 16, p. 925

26 *The New Encyclopaedia Britannica*, Encyclopaedia Britannica Inc., 1987, volumen 16, p. 925

27 GARCÍA CANCLINI, Néstor, *Políticas Culturales e integración Norteamericana: una perspectiva desde México*, pp. 5-6

28 GONZÁLEZ, Jorge A., *Más (+) Cultura (s)*, *Ensayos sobre realidades plurales*, p. 39



▲ Al hablar de cultura, las artes plásticas se han convertido en un estereotipo. Pero hoy sabemos que este término abarca el desarrollo social del individuo.

Pero esta cultura no se define por su origen únicamente, sino también por su uso y función. La cultura popular es la que viene directamente del pueblo, de sus necesidades, costumbres, ideales y tradiciones; es una cultura masificada, relacionada con productos intelectuales y manuales compartidos por un mismo grupo social.

Sin embargo, al hablar específicamente sobre cultura de masas, ésta se identifica como "el inevitable resultado de procesos prácticamente universales de la sociedad moderna: la aparición del mercado, la supremacía de la organización a gran escala y la disponibilidad de la nueva tecnología para la producción cultural".<sup>29</sup> Es una cultura producida industrialmente para el consumo de las masas, pero esto no quiere decir que sea algo comercial o que pierda su sentido de cultura.

La diversidad de intereses del mexicano produce a la vez una pluralidad de hechos, lo que en conjunto crea una cultura nacional. "La cultura de una nación es el conjunto de hechos, objetos, prácticos, procesos, instituciones, construcciones simbólicas y concepciones del mundo que los miembros de una sociedad crean, desarrollan y transforman para establecer una relación simbólica, eficiente y gozosa con un territorio, una organización social y un proyecto de futuro promisorio."<sup>30</sup>

Vemos que la cultura en México es diversa, puesto que no margina sectores ni géneros y abarca cualquier situación relacionada con el hombre dentro de la

sociedad y sus manifestaciones como individuo dentro de ésta.

La política cultural del país no puede excluir el desarrollo social, porque de ser así, reduciríamos la cultura a las manifestaciones artísticas.

Existen un conjunto de estereotipos que determinan las tendencias de la producción cultural en México, ya que son a éstas a las que se le asignan recursos y espacios para su desarrollo.

El Estado ha creado instituciones que considera básicas para su reproducción, como son la Secretaría de Educación Pública, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Instituto Nacional de Bellas Artes, el Instituto Nacional Indigenista, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Sociocultur y la Universidad Nacional Autónoma de México, entre otros. Éstas se han encargado de promover y difundir este rubro. A la vez, instituciones pertenecientes a la iniciativa privada han elegido y apoyado procesos culturales.

Al ser la cultura apoyada por instituciones estatales y privadas, estamos hablando de difusión y por lo tanto del consumo. Néstor García Canclini describe el consumo como "el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos" y al consumo cultural como "el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio"<sup>31</sup>. Esta definición permite incluir en el ámbito del consumo cultural a las artes que circulan en mu-

29 MCQUAIL, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, p. 62

30 DE VAL, Jorge. *Revista Memoria de papel*, año 3, número 8, p. 54

31 GARCÍA CANCLINI, Néstor. *El consumo cultural en México*, p. 18



seos, salas de conciertos y teatros, productos condicionados por sus implicaciones mercantiles, como programas de televisión, cine, radio y medios impresos.

El correcto acceso a la cultura, a su producción, reproducción y consumo permitirá el avance de la sociedad mexicana hacia una democratización cultural.

Frecuentemente, se apoya la producción de un bien cultural desde su creación hasta alcanzar un resultado. No obstante, ahí culmina su acción y por lo tanto el proceso se ve truncado, ya que no se contempla su filtración en las industrias culturales, en los medios masivos de comu-

nicación y en los espacios comerciales.

En los últimos años, la prensa le ha dado una especial importancia a la cultura en México. Nuevos espacios han sido creados como suplementos culturales y secciones diarias especializadas en esta rama, abordando temas sociales, antropológicos, científicos, artísticos, sociológicos y filosóficos. Pero no todo está hecho, pues el objetivo es llegar al mayor número posible de personas para crear una conciencia cultural y demostrar que la cultura no sólo son las bellas artes, sino también el fenómeno sociológico, antropológico y educativo del país.

## 3.2 CULTURA EN REFORMA

Una vez explicada la percepción general del significado de cultura, me referiré brevemente a la interpretación de cultura en *Reforma*.

La cultura está formada por valores, tradiciones, creencias, objetos materiales y territorio: es también nuestra forma de vida, como hablamos, como vestimos y lo que comemos. Se proyecta a través de vehículos específicos que le dan un significado y uno de éstos es la prensa.

A continuación incluyo un texto del sociólogo Jorge A. González, por considerarlo muy cercano al significado de cultura para *Reforma*.

"La necesaria revisión de nuestras políticas conlleva un indispensable examen de los conceptos que utilizamos para pensar y reconstruir la cultura. No podemos tratar de abarcar la compleja y —en más de un sentido— tozuda realidad de las múltiples relaciones de las culturas actuales, con una concepción

normativa o etnocentrista de la cultura.

Quizá convenga pensar, es decir, representarnos dicha complejidad de una manera un poco menos estática.

Nos parece que ante todo la cultura es un modo de organizar el movimiento constante de la vida concreta, mundana y cotidianamente. La cultura es el principio organizador de la experiencia; mediante ella ordenamos y 'estructuramos' nuestro presente a partir del sitio que ocupamos en las redes de las relaciones sociales. Es, en rigor, nuestro sentido práctico de la vida.

Pero la cultura no sólo permite domesticar nuestra situación presente, ella es también constitutivamente *sueño* y *fantasía* que transgrede los cercos del sentido práctico: fantasía y proyecto que sobrepasa los duros y estrechos límites de la pesada y seriesísima *realidad*. La cultura es escape, evasión y eversión de la 'cruda realidad'; nos permite —al 'soñar', al jugar, al reír— abrir las compuertas

de la *utopía* y, apartir de ésta, nos deja proyectar otras formas de organización distintas a lo vivido y —a veces—, por el momento, irrealizables. Es, en exceso, la fábrica de todos nuestros sueños y el principio de todas nuestras esperanzas.

La cultura es, pues, memoria de lo que hemos sido; igualmente, constituye el registro imaginario y sedimentado de lo que alguna vez pudimos ser y hacer. Es, en perspectiva, lo que da espesor al presente y factibilidad al porvenir. Asimismo, la cultura es lo que nos permite

definir nuestra situación dentro de la vida social y colectiva.

Es la herramienta privilegiada para conferirle un *sentido* a la realidad 'real', tanto la que nos *distingue* porque nos ata con el grupo y la clase, como la que nos *unifica* porque nos funde en alguna de las múltiples formas de

existencia del elementalmente humano —la afectividad, lo numinoso, la nación, las patrias y las matrias, el ludismo, y, en general toda la gama de posibles identidades que se traman entre los recovecos de profundas desigualdades sociales—: al mismo tiempo son arenas de *lucha* por conferirle a lo que a todos nos une un determinado sentido y orientación.

Alrededor de la cultura se juegan cuestiones que sin ser inmediatamente políticas, no por ello son menos trascendentales. Ahí se pueden localizar procesos de atesoramiento, reproducción, utilización y escenificación de la memoria so-

cial; de búsqueda y autorrepresentación de identidades; de organización social capilar; de creación y recreación *signica* muy concretos, muy cercanos, muy humanos, muy cotidianos. Porque la cultura —ya lo dijimos antes— organiza y representa un 'nosotros' muy plural que está (o ha estado) ligado no sólo a la razón, sino a las pasiones y a las mismas vísceras. Esos mojones de identidad, recuerdo y porvenir ligados a espacios, ambientes y sensaciones, son verdaderos puntos de 'toque' y convergencia de una pluralidad de grupos y clases de agentes muy diferenciados en lo social que —a su manera— se reconocen en su propia cultura<sup>74</sup>.

De este texto destaco tres puntos importantes que encuentro reflejados en la concepción que define la sección *Cultura de Reforma*:

- La cultura como una forma de organizar y estructurar nuestra vida.
- La cultura como fábrica de sueños y principio de esperanzas.
- La cultura como el medio para definir nuestra vida social y colectiva.

El término cultura se concibe como un todo que abarca lo relacionado con el hombre y su forma de vida. Es a través de ella que manifestamos emociones, necesidades y deseos, y por lo tanto es en ella en donde se refleja la identidad del individuo y del país.

Las manifestaciones culturales son muy diversas, pueden ir desde una obra de arte o una poesía, hasta una marcha por los derechos humanos.

La cultura no se puede reducir a ciertos temas, ya que se extiende a todo lo que afecta directa o indirectamente al hombre como miembro de una sociedad

**CULTURA**

1. Como una forma de organizar y estructurar nuestra vida.
2. Como fábrica de sueños y principio de esperanzas.
3. Como el medio para definir nuestra vida social y colectiva.

en desarrollo y cambiante. Por lo tanto, *Reforma* no puede hablar sólo de culturas populares o de manifestaciones artísticas: *Reforma* pretende abarcar las necesidades culturales del mexicano. Con el objetivo de cubrir estas necesidades, son incluidos temas como las be-

llas artes (pintura, escultura, arquitectura, música y literatura), arte alternativo, teatro, sociología, filantropía, ciencia, antropología, filosofía y arqueología, principalmente. La importancia de la cultura en *Reforma* recae en la presencia del hombre como ser humano.

### 3.3 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA SECCIÓN CULTURA

En el periodismo cultural de *Reforma*, la oferta de cobertura es tan amplia y tan compleja, que se dispersa porque no tiene el orden que suele tener la noticia vinculada a hechos públicos, política o personalidades.

Siendo la cultura un tema tan disperso, ha sido necesario incluir racionalidad en el modo de jerarquizar las noticias, el modo de leerlas, a través de la confluencia de especialistas, y considerando, además, la opinión del público.

Tradicionalmente, la prensa cultural en México se ha centrado en las grandes figuras y ha dejado de lado, en muchos casos, aspectos como la información de utilidad y de orientación para el lector.

De ahí que la sección cultural considera tres grupos básicos de enlace al tomar sus decisiones editoriales, a los cuales pretende satisfacer e intercomunicar.

Unos son los creadores, es decir, los protagonistas de la actividad cultural, aquellos que diariamente exponen su trabajo creativo al juicio del público que esperan se acerque.

Por otro lado, están los funcionarios públicos o privados, aquellos que presiden las instituciones, quienes tienen bajo su responsabilidad difundir

los valores culturales y artísticos del país y que se apoyan precisamente en los medios para lograrlo.

Y en tercer lugar, el grupo más importante, que son los propios lectores, a quienes se debe el periódico y a quienes se pretende satisfacer con información útil, práctica, responsable y atractiva.

El fin perseguido diariamente es presentar diferentes modos de leer la cultura, esto a partir de jerarquizaciones y valoraciones específicas. Además se hacen cruzamientos informativos que le dan al lector las herramientas necesarias para hacer sus propios juicios.

Otro objetivo de esta sección es orientar al lector sobre la oferta cultural en la Ciudad: espectáculos, conferencias, congresos, presentaciones de libros y exposiciones, proporcionando información útil y práctica que le facilite la toma de decisiones sobre qué ver y a dónde ir.

El reto diario es presentar la información de la manera más atractiva y motivante a través del diseño y la calidad editorial, y a la vez, funcionar como puente entre el lector y los nuevos pensamientos, ideas, propuestas y avances científicos.

#### GRUPOS DE ENLACE PARA LA SECCIÓN CULTURA:

1. Los creadores (protagonistas de la actividad cultural).
2. Funcionarios públicos o privados.
3. Los lectores

### 3.3.1 PERSONAS QUE INTERVIENEN EN LA SECCIÓN

Como ya se mencionó anteriormente, cada sección tiene un equipo de trabajo específico, además de contar con el apoyo de otras áreas para el completo desarrollo del trabajo.

La sección Cultura cuenta con un equipo de 15 personas con funciones determinadas.



El área editorial está formada por un Editor, un Editor Asociado, un Editor Asociado Adjunto y 9 reporteros. El área gráfica está formada por un Coeditor Gráfico, un Coeditor Gráfico Asociado, un Diseñador y dos Reporteros Gráficos. Además, se cuenta con un Editor especial para la página de Ciencia (página de publicación semanal dentro de la sección Cultura que se describirá posteriormente).

Para *Reforma* es muy importante que exista una estrecha relación de trabajo y de comunicación entre todas las personas involucradas en el proceso de producción de las páginas. Es por esto que diariamente editores, reporteros, diseñadores y fotógrafos planean conjuntamente la edición.

El layout (esquema) de cada página es planeado por diseñadores (Coeditor Gráfico y Editor Gráfico Asocia-

do) y editores (Editor, Editor Asociado y Editor Asociado Adjunto). El Editor debe tener siempre muy claras las historias a contar para poder comentarlas con el equipo de diseño y crear conceptos: de la misma forma, debe darles a conocer la intención editorial de cada página y, por lo tanto, la jerarquización de notas y fotografías.

Editores y diseñadores toman decisiones conjuntas sobre fotografías y apoyos gráficos. A su vez, los reporteros involucran a los diseñadores comentando sus notas, para que éstos puedan plasmar el mensaje que pretenden transmitir no sólo a través de su nota, sino también a través del diseño.

Los fotógrafos están en constante contacto con reporteros, editores y diseñadores para lograr mejores resultados y, cuando es posible, se comenta previamente las alternativas de las tomas fotográficas (como por ejemplo el ángulo, encuadre, locación y color) para conseguir un mejor empareje entre el diseño, el contenido y la imagen.

Para lograr estos objetivos, el personal de Cultura cuenta con el apoyo de dos grupos de Consejeros Editoriales: uno, el Consejo Interno, formado por cinco personas especialistas en el área, cuya función es orientar sobre la cobertura de la sección; el otro, un Consejo Externo. A partir de 1997 se instauró el Consejo Editorial de Cultura, a través del cual, como ya se mencionó en el capítulo pasado, se recoge la opinión pública y la crítica de la sociedad con el único fin de enriquecer la información.

**CONSEJOS EDITORIALES**

INTERNO: Su función es orientar sobre la cobertura de la sección.

EXTERNO: Representa la opinión pública y crítica de la sociedad.

### 3.3.2 GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Ya sabemos que el periodismo tiene como objeto la transmisión de mensajes (noticias y opiniones). La forma en la que se presenta la información varía de acuerdo con la manera de narrar los sucesos. Estas formas de expresión reciben el nombre de géneros.

En lo que corresponde a la cuestión gráfica, es importante conocer los géneros periodísticos, ya que hay ciertas características del contenido que se deben considerar en el momento de crear la página. A continuación explico cada género exponiendo un ejemplo.

Existen diferentes clasificaciones de los géneros periodísticos y la sección Cultura de *Reforma* ha creado la suya:

- o Informativo: Nota informativa, entrevista y reportaje
- o De opinión: Artículo, editorial, crónica y columna.

Muchas veces estos géneros se entremezclan, pero siempre es posible determinar el género que predomina en cada texto periodístico.

#### 1. NOTA INFORMATIVA

Es el género fundamental del periodismo y su único propósito es dar a conocer los hechos de interés colectivo. El reportero no califica lo que informa y se concreta a relatar lo sucedido, aunque la sola jerarquización de los datos implica un juicio. El receptor es libre de sacar sus propias conclusiones.

Para que una noticia se convierta en periodística, es necesario que sea de interés general, simultánea o reciente y que se publique. El interés fundamental de *Reforma* es que sirva a los lectores y que sea oportuna.

Una nota informativa para la sección Cultura puede ser un suceso político-cultural, una novedad, un factor de interés general o de entretenimiento.

Por ejemplo: la instauración, por parte del Presidente Zedillo, de la Fundación Octavio Paz, con el fin de albergar el

archivo y biblioteca del Nobel de Literatura. Participaron el poeta, el Presidente e importantes funcionarios.

#### 2. ENTREVISTA

Es la conversación periodística que se realiza con personalidades bien informadas y dignas de interés. A través de ésta, se recogen noticias, opiniones, comentarios, interpretaciones y juicios.

La entrevista puede tener valor por el personaje, por el tema o por las circunstancias, y puede referirse tanto a un asunto de actualidad, como a uno de interés permanente. Por ejemplo, se puede hacer una entrevista a un funcionario público que hable sobre la legislación sobre derechos de autor, o también se puede entrevistar, de manera oportuna, a alguna persona que hable sobre un personaje histórico. Este género es aplicable a cualquier persona que lo amerite.

Una entrevista dentro de la sección

#### GÉNEROS PERIODÍSTICOS

INFORMATIVO: Nota informativa, entrevista y reportaje.

DE OPINIÓN: Artículo, editorial, crónica y columna.



Δ Nota informativa.



Δ Entrevista.



△ Reportaje Demostrativo.



△ Reportaje Descriptivo.



△ Reportaje Narrativo.

Cultura puede ser: preliminar, con el objeto de conocer o indagar en sucesos; noticiosa, cuando surge en el curso del acontecimiento; de semblanza, para retratar e interpretar al entrevistado, y de opinión.

También se da el caso en el que se entremezclan estas mismas divisiones. Un ejemplo de este género es una entrevista en exclusiva con Mario Vargas Llosa que se hizo con el pretexto de la presentación de su nuevo libro: "Los cuadernos de Don Rigoberto", y donde se aprovechó para pedir su opinión sobre la situación política actual.

### 3. REPORTAJE

Es el más vasto de los géneros periodísticos. Representa una investigación. Conjunta noticias y entrevistas; reúne en su desarrollo todos los géneros periodísticos; constituye el análisis de un tema en el que se proporcionan antecedentes, comparaciones y consecuencias, de tal manera que el asunto queda tratado ampliamente.

En este género, el periodista hace intervenir su propia sensibilidad literaria para dar vida a lo que cuenta. "La esencia del reportaje es la representación vigorosa, emotiva, llena de colorido y vivencia personal de un suceso. Y si queremos hacer justicia a la naturaleza vivida y personal del reportaje, lo denominaremos informe de hechos vividos".<sup>19</sup>

El reportaje es una creación personal, una forma de expresión que, además de los hechos, recoge la experiencia personal del autor. El reportero profundiza en la causa de los hechos, explica pormenores, reproduce ambientes, sin distorsionar la información.

Existen diferentes clasificaciones

para los reportajes, la sección Cultura tiene la propia, dividida en reportajes demostrativos, descriptivos, narrativos, especiales y gráficos.

#### REPORTAJE DEMOSTRATIVO

Prueba una tesis, investiga un suceso, explica un problema y ofrece un resultado. Tiene semejanza con el ensayo y la noticia.

Un ejemplo de este tipo de reportaje dentro de la sección Cultura es la investigación que se hizo sobre la inclinación que sufre la Catedral Metropolitana y cómo se ha logrado corregir.

#### REPORTAJE DESCRIPTIVO

Retrata situaciones, personajes, lugares o cosas.

Por ejemplo, un reportaje descriptivo es un reportaje acerca del rescate del centro histórico de la ciudad de Lima, Perú, y cómo ha subido el valor de los predios. En este caso, el reportero tuvo que trasladarse al lugar, investigar y entrevistar, para poder transmitir emociones y conocimiento a través de la nota.

#### REPORTAJE NARRATIVO

Relata un suceso; hace la historia de un acontecimiento. Tiene semejanzas con la crónica y con el reportaje descriptivo. Por ejemplo, en "Mil millones de historias", el reportero siguió de cerca la vida de un cartero y lo que su trabajo implica; posteriormente, narra la vida de los carteros, así como la importancia que guarda el servicio postal, aun sobre la nueva tecnología.

#### REPORTAJE ESPECIAL

Cumple la función de informar y comentar sucesos desde un determinado ángulo en forma especializada, es decir,

propia para los concededores de la cuestión. Este tipo de reportajes los cubre el Departamento de Reportajes Especiales, descrito anteriormente. Como ejemplo menciono un debate organizado por *Reforma* en el que se convocó a expertos a dialogar sobre la pertinencia y equidad de los sistemas de becas.

#### REPORTAJES GRÁFICOS

En este caso existe una fuerte dosis de fotografías. El texto se reduce únicamente a los titulares, a los "pies de foto" y algunas veces a pequeñas notas sobre el tema. Predomina lo gráfico sobre lo escrito.

Un ejemplo es un reportaje gráfico sobre el trabajo escultórico de Juan Soriano, en donde el fotógrafo acudió, en forma constante durante algunos meses, al taller para hacer un registro de la labor del escultor.

#### 4. ARTÍCULO

En el artículo, el periodista comenta hechos, y expone juicios y opiniones acerca de noticias y temas de interés general. Un ejemplo es la colaboración semanal de la escritora Guadalupe Loeza.

#### 5. EDITORIAL

La función de la editorial es analizar y enjuiciar hechos sobresalientes de interés colectivo. Aparece en un lugar fijo y se publica sin firma o bajo seudónimo.

Aunque en la sección Cultura no se incluyen Editoriales, las menciono por ser un importante género periodístico, el cual se publica en la sección Nacional.

El Templo Mayor es el espacio en el cual el periódico expone su propia doctrina, subrayando acontecimientos de los cuales ya se dio información en otras secciones.

#### 6. CRÓNICA

Se ocupa fundamentalmente de narrar cómo sucedió un hecho determinado: recrea la atmósfera en la que sucedieron los hechos públicos. El periodista expone en orden cronológico cada uno de los momentos que hacen importante un acontecimiento.

Puede ser una crónica informativa, en donde nada más se da a conocer el suceso; de opinión, en donde el cronista incluye comentarios, o interpretativa, en donde son plasmadas interpretaciones y juicios acerca del suceso. Este género aplica prácticamente a cualquier acontecimiento.

#### 7. COLUMNA

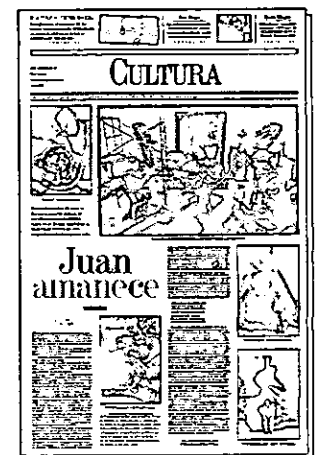
Es un texto que trata con brevedad uno o varios asuntos de interés y aparece con cierta periodicidad. Tiene un título que la identifica y puede ser título único o estar secundado por una o varias cabecillas de acuerdo con el tema o temas. Su fisonomía es constante, es decir, tiene un estilo determinado de tipografía que lo diferencia del resto de los textos.

Cultura cuenta con ocho columnas de periodicidad semanal: Entre Paréntesis, El Ojo Breve, Aleph Cero, Noche y Día, La República de las Letras, Un día en la vida de..., De memoria, Ruidos de la Calle y Harina de Otro Costal. Estas serán explicadas en una forma más amplia en el inciso que corresponde a "El espacio informativo".

Otro género periodístico es el cartón humorístico, caricatura de opinión y crítica que aparece también con cierta periodicidad y en un lugar fijo. En la sección Cultura contamos con un cartonista, Palomo, cuya publicación es semanal y se reproduce en el espacio de la



Δ Reportaje Especial.



Δ Reportaje Gráfico.

ESTA TESIS NO PUEDE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA



Δ Cartón.



Δ Columna.



Δ Artículo.



Δ Foto Noticia.

columna La República de las Letras. La encuesta y la foto noticia son otros instrumentos periodísticos. La encuesta es un sondeo entre los ciudadanos que se hace a través de cuestionarios para obtener la opinión pública de algún hecho o acontecimiento. La foto noticia es una fotografía elocuente a un suceso y por lo tanto sólo se le agrega un pequeño texto para reforzar la información.

Estos son los géneros periodísticos que se incluyen en esta sección, y todos tienen una respuesta gráfica. Existen varias alternativas para ilustrar (entendiendo por ilustrar la forma en la que se le va a dar identidad gráfica a los textos), y éstas dependerán del género periodístico, del tipo de información y los gráficos con los que se cuente o se puedan realizar.

Por ejemplo, todos los sábados, Cultura publica una entrevista, de semblanza y opinión, con algún escritor. ésta es cuidadosamente planeada, tanto editorial como gráficamente. La solución gráfica a esta entrevista es la fotografía; por lo tanto, el fotógrafo, el reportero y el diseñador se ponen de acuerdo en el concepto de la imagen. Pero esta es la solución específica a este tipo de entrevista y cada género tiene



Δ Crónica.

sus propias opciones, que se dan por la naturaleza misma del contenido, es decir, las encuestas tienen como solución las gráficas, pays y barras; una nota informativa, como la inauguración de una exposición, es la fotografía del hecho mismo; la columna de opinión, un cartón o una viñeta, cuando el tema lo permite, se puede incluir una fotografía referente al tema, como es el caso de la columna El Ojo Breve, cuyo espacio es dedicado a las artes plásticas. Estos son sólo algunos ejemplos, ya que posteriormente habrá una explicación más detallada dentro de este mismo capítulo.



### 3.3.3 LAS FUENTES INFORMATIVAS

Es de las denominadas fuentes informativas de donde procede la información publicada en Cultura.

Fuentes son los centros donde ocurren sucesos, donde se emiten opiniones, donde se tienen informes frecuentes. Se agrupan por actividades: políticas, religiosas, culturales, educativas, deportivas, sociales, de espectáculos, policíacas, judiciales, etcétera. A la vez, las fuentes también son personas con capacidad de emitir información.

Recordando que para *Reforma* la cultura es todo aquello relacionado con el hombre y su forma de vida, podemos hablar de diversas fuentes, como son: el Instituto Nacional de Bellas Artes, el Centro Nacional de las Artes, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Instituto Nacional Indigenista; escuelas y universidades como la Universidad Nacional Autónoma de México, la Escuela de San Carlos, la Escuela Nacional de Antropología e Historia; exposiciones, certámenes, eventos de danza, de teatro, altruistas, etc.

Los reporteros se encuentran distribuidos por fuentes, es decir, hay un reportero que cubre danza y culturas populares; otro que abarca todo lo relacionado con la música, como son la

ópera y conciertos; la fotografía y la pintura son dos expresiones plásticas abarcadas por otro reportero, y así con cada uno de los integrantes de la sección. Esta es la forma en que se logra una mejor organización, ya que cada reportero está inmerso en un mismo tema.

La sección Cultura procura incluir noticias, hechos y eventos de nivel internacional. Para esto cuenta con corresponsales en diferentes partes del país y del mundo. Además, *Reforma* cuenta con el servicio de agencias de información y fotografía como son AP (Associated Press, Estados Unidos, 1848), AFP (Agence France Press, Francia, 1944), REUTERS (Reino Unido, 1851), EFE (Agencia EFE, SA, España, 1938), NOTIMEX (México, 1968) y DPA (alemana).

Cabe mencionar que *Reforma* ha establecido además un vínculo informativo con diarios de Sudamérica, como son *El Tiempo* de Bogotá, *El Mercurio* de Santiago de Chile, *La Nación* de Buenos Aires, *El Comercio* de Quito, *El País* de Montevideo y *El Nacional* de Caracas, enriqueciendo su visión ante el mundo y reflejándola en la información.

#### PRINCIPALES FUENTES:

- Instituto Nacional de Bellas Artes
- Centro Nacional de las Artes
- Instituto Nacional de Antropología e Historia
- Instituto Nacional Indigenista
- Escuelas y universidades

### 3.3.4 EL ESPACIO INFORMATIVO

La sección Cultura cuenta diariamente con un espacio de cuatro páginas por lo menos, en donde se da cabida a la información editorial y al espacio publicitario (éste se explicará posteriormente).

El espacio se distribuye entre la noticia generada en el día, artículos, reportajes y columnas, así como entre los gráficos o ilustraciones correspondientes.

Se han creado secciones especiales que se publican dentro de este mismo espacio con el fin de diversificar la información.

#### • CIENCIA

Esta sección cuenta con una página semanal que se publica todos los jueves desde octubre de 1994. La filosofía de esta página descansa en dos consideraciones fundamentales: traer los temas de ciencia a los primeros planos del diario y darles un tratamiento riguroso y de calidad.

Parte del reto de Ciencia es que el manejo del idioma no sólo debe ser correcto, sino además atento a la necesidad del lector de encontrar comprensibles conceptos y razonamientos.

Por el carácter de su temática, y por su inclinación editorial hacia el reportaje, es una página que presenta un dilema aparentemente irresoluble para su diseño: la inclusión de textos relativamente largos (artículos principales de entre 8 mil y 12 mil caracteres) y la correcta aplicación de gráficos. Éstos suelen ser atendidos por medio de infografías que presentan, en secuencia gráfica, los pasos de un proceso de estudio científico o de funcionamiento de un siste-

ma, acompañados, a su vez, por sus correspondientes cabezas y espacios de texto. Además de las infografías puede haber tablas y fotografías, usualmente con pies de foto más extensos que los usados en el resto de Cultura, pues las imágenes no suelen ser rostros ni objetos fácilmente identificables, sino parte de reportes científicos (por ejemplo, células, microorganismos, cuerpos celestes, equipo de laboratorio, etcétera.)

#### • CON-TACTO

Desde octubre de 1996, todos los lunes aparece Con-tacto, espacio dedicado a la filantropía, cuyo objetivo es servir de enlace entre la sociedad marginada y quienes tienen las posibilidades y el deseo de ayudar, pero que no siempre saben cómo hacerlo, así como destacar la labor de aquellas personas o instituciones que se han distinguido por su labor filantrópica y que son un ejemplo a seguir.

Cada semana se habla de una asociación diferente, se visita el lugar y se toman fotografías de la labor que desempeñan sus integrantes. Con-tacto cuenta con su propio Consejo Editorial, el cual se reúne una vez al mes para valorar el trabajo publicado y propone nuevas asociaciones filantrópicas para visitar.

Además de estas dos subsecciones, están las columnas (de opinión).

Cada lunes, el escritor y periodista Humberto Musacchio nos brinda su crítica y opinión acerca de los acontecimientos del mundo literario y del periodismo cultural en México, así como del arte y la política cultural dentro de su columna La República de las Letras.



ΔCiencia.



ΔContacto.

Los martes, las reflexiones son de David Martín del Campo, quien, en Entre Paréntesis, dedica el espacio a un hecho o acontecimiento de la cultura en México.

El Ojo Breve es una columna dedicada a las artes plásticas. La crítica de Yishai Jusidman alternada con Eduardo Abaroa y Magali Arreola, nos invita a la reflexión y la lectura todos los miércoles. Este mismo día, Alain Derbez aborda temas relacionados con la literatura y la música en Un Día en la Vida de....

Los jueves, dentro del mundo de la ciencia, contamos con la interesante aportación científica de Shaen Hacyan a través de su columna Aleph Cero.

La crítica de música y teatro corren a cargo de José Antonio Alcaráz todos los viernes bajo el título de Harina de Otro Costal. Este mismo día, como contraste musical, Pacho, baterista del grupo de rock La maldita vecindad y los hijos del quinto patio, comenta la cultura alternativa en Ruidos de la Calle.

Y para el fin de semana, el crítico y escritor Sergio González Rodríguez escribe en Noche y Día sobre temas cotidianos que nos involucran como ciudadanos, siempre en un tono ligero y con observaciones culturales. Además, podemos consen De Memoria, ultar las efemérides de la semana, seleccionadas cuidadosamente por el escritor Sealtiel Alatraste.

Los domingos contamos con un espacio dedicado a la escritora Guadalupe Loaeza, quien escribe artículos en tono ligero sobre personajes de la historia que

dejaron huella en el mundo de la cultura, tanto mexicana como internacionalmente, y sobre personalidades actuales. La oportunidad es una de las características de estos artículos, ya que por lo general conmemoran alguna fecha o hacen referencia a un suceso reciente. Siempre están acompañados de una o varias fotos relacionadas con el tema.

Cultura ha creado otros espacios para ofrecer información, como son La Ventana, Lluvia de Letras y Vamos Hoy. Los tres se ubican en un espacio vertical a lo largo de la página asignada con un ancho de dos columnas de 00, lo que significa un total de 8.56 cms.

En La Ventana se incluyen tres o cuatro temas explicados en pequeños textos y acompañados de fotografías. La mayoría de las veces son pequeñas notas previas a la inauguración de exposiciones de arte. Se publica

esporádicamente y sólo cuando hay material adecuado para este formato.

Lluvia de Letras es una variante de una columna dedicada a la poesía en donde Adolfo Castañón y Marcela Pimentel, ambos escritores, analizan semanalmente la obra de algún poeta, reproduciendo fragmentos de los poemas.

Vamos Hoy es un espacio que proporciona información breve de eventos culturales en México, como son exposiciones, conferencias y mesas redondas, conciertos de música y presentaciones de libros principalmente. Aparece todos los días a excepción de los viernes, que se publica el suplemento Primera Fila, el cual incluye esta misma información en un espacio dedicado a la cultura.

**COLUMNAS:**

- La-República de las Letras
- Entre Paréntesis
- El Ojo Breve
- Aleph Cero
- Harina de Otro Costal
- Ruidos de la Calle
- De Memoria
- Noche y Día
- Un Día en la Vida de...

**VAMOS HOY**

**MODA Y CINE**  
 Sobre el mundo del cine  
 A partir de hoy las 12  
 A las 12 horas de la noche y de  
 12 horas de la mañana en el Centro  
 de la Universidad del Estado  
 de México se exhiben películas  
 de gran calidad.  
 Precio: \$ 20.00, \$ 30.00 y \$ 40.00



**ESPECIALES**

**CONFERENCIA MAGISTRAL**  
 Sobre el mundo del cine  
 A partir de hoy las 12  
 A las 12 horas de la noche y de  
 12 horas de la mañana en el Centro  
 de la Universidad del Estado  
 de México se exhiben películas  
 de gran calidad.  
 Precio: \$ 20.00, \$ 30.00 y \$ 40.00

**FAJITO**  
 Sobre el mundo del cine  
 A partir de hoy las 12  
 A las 12 horas de la noche y de  
 12 horas de la mañana en el Centro  
 de la Universidad del Estado  
 de México se exhiben películas  
 de gran calidad.  
 Precio: \$ 20.00, \$ 30.00 y \$ 40.00

**LA VENTANA**



"Una visión", óleo y agua sobre tela.

**Meditación sobre el mar**


El agua corre por entre la arena, las pedras y los conchitos erodiendo los socos azules de los pedriscos. Los truenos del gran mar y la brisa levantan las olas que golpean la orilla. En la arena se ven las huellas de los animales que caminan por ella. El mar es un mundo de vida y movimiento. El mar es un mundo de vida y movimiento. El mar es un mundo de vida y movimiento.

**LLUVIA DE LETRAS**

**Por Adolfo Castañón y Marcela Pimentel**

**LA QUERO, Gastón**

En el poema  
 Palabras encienden en la arena por un momento  
 el momento de la vida.  
 De las palabras que se van  
 y se van a perder en el viento.  
 Y se van a perder en el viento.  
 Y se van a perder en el viento.  
 Y se van a perder en el viento.



### 3.3.5 EL ESPACIO PUBLICITARIO

A lo largo de la sección, además de incluir la información editorial, se da cabida al espacio publicitario, entendiéndose éste por aquel espacio destinado a la publicidad.

La publicidad tiene por objeto principal dar a conocer productos y servicios y fomentar las ventas comerciales de los anunciantes. Como la venta de anuncios es la principal fuente de ingresos del periódico, existe un departamento muy amplio en el que publicistas tienen como tarea la venta de estos espacios. El personal de Publicidad tiene que entrar en contacto con los diversos clientes potenciales y persuadirlos a través de diferentes estrategias de la conveniencia y provecho que implica anunciarse en este medio. Existen otros anunciantes que de

sección aumenta a seis u ocho páginas. Otras veces, el incremento de páginas depende de noticias importantes.

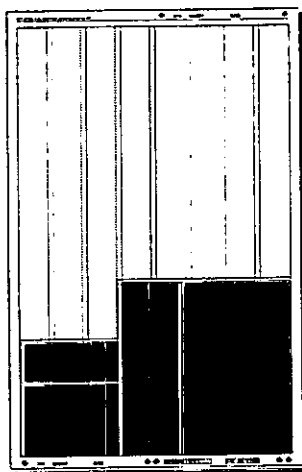
Los anuncios tienen medidas determinadas según el formato de la sección. Cultura cuenta con un formato tamaño "sábana" dividido en ocho columnas: los anuncios se miden en columnas a lo ancho

por centímetros a lo alto. Por ejemplo, 3x32 quiere decir tres columnas de ancho por treinta y dos centímetros de alto. El mínimo de un anuncio es de una columna de ancho, y es el cliente quien decide el tamaño. Los "robaplanas" son anuncios que por lo menos deben medir 27 cms. de alto y cuatro columnas de ancho. Para que un anuncio sea considerado "robaplana", no debe haber ningún otro anuncio

de mayor tamaño en la misma página. Existen diferentes formatos y, según el tamaño, color y colocación (página par o impar), es el precio.

Los publicistas venden anuncios durante el día, teniendo como hora límite de injerto las 17:30 horas.

Actualmente es proporcionado un sólo esquema de publicidad, cuya hora límite de entrega es a las 14:00 horas, y solamente en casos especiales son permitidos los cambios.



Δ En esta imagen se muestran los anuncios que fueron incluidos en una página interior. Los anuncios se basan en una retícula de ocho columnas.



Δ Este es un ejemplo de una página con anuncio de 8 columnas de ancho por 32 cms. de alto.

manera espontánea acuden a las oficinas para publicar sus anuncios y desplegados.

Es así como día con día Cultura da espacio a sus anunciantes, dependiendo muchas veces de ellos para su espacio editorial. Es decir, en la medida que la publicidad aumenta, se abren más páginas. Por ejemplo, un día cualquiera a las 14:00 horas pueden ser cuatro las páginas destinadas a la sección Cultura, y a las 18:00 horas, si la publicidad incrementó de manera considerable, la



Δ Así es como quedó el layout final con los anuncios y las notas correspondientes a la página.

## 3.4 CARACTERÍSTICAS DE DISEÑO

**R**eforma fue diseñado principalmente por Eduardo Danilo.

El diseño del periódico fue un proceso de poco menos de dos años. En un principio se hizo un planteamiento general, abarcando las necesidades primarias de un diario y tomando como referencia *El Norte* y algunos periódicos extranjeros. Posteriormente se hizo una propuesta más concreta, en donde se definió el formato tamaño sábana, la retícula base, las tipografías, la paleta de colores, el logotipo y el uso de ilustraciones e infografías.

A lo largo de la corta vida del periódico, este diseño ha sido modificado, siempre respetando los estilos básicos, de acuerdo con las nuevas necesidades que se han ido presentando. En todas las secciones se visualiza un notable progreso en el diseño y en Cultura nos hemos dado a la demandante tarea de adaptar los estilos preestablecidos a las necesidades de una sección cultural.

En la medida que el diseño ha cobrado importancia dentro del mundo periodístico, se han ido desarrollando "conceptos, ahora fundamentales para el periodismo gráfico":<sup>34</sup>

o **Color.** Es fundamental en las portadas de las secciones del periódico. Su uso es importante en cuanto a funcionalidad (en fotos, en **gráficas**, en **picto-**

**gramas** y cabezas) y como elemento ornamental.

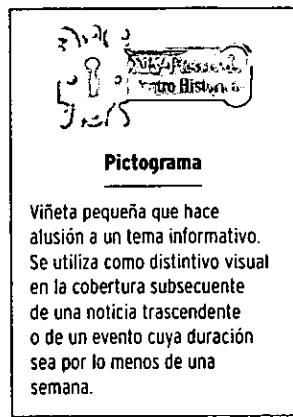
o **Gráficas informativas.** El periódico no sólo reporta las noticias, sino que las ilustra con mapas, diagramas, **infografías** y "**sidebars**", logrando a través de estos elementos una lectura fácil y rápida. Mediante este recurso se proporcionan cifras y datos de manera concisa, facilitando así el asimilamiento de la información.

o **Paquetes informativos.** Son pequeños resúmenes o extractos de noticias. Están diseñados para captar la atención del público, ayudarlo a encontrar la información que requiera y conocer la noticia en breves líneas, ya que contienen lo más relevante de la información.

o "**Layout**" modular. Es un concepto de división y

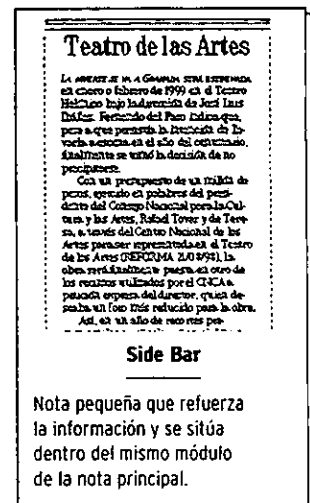
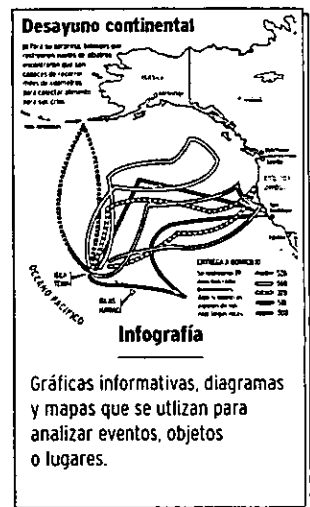
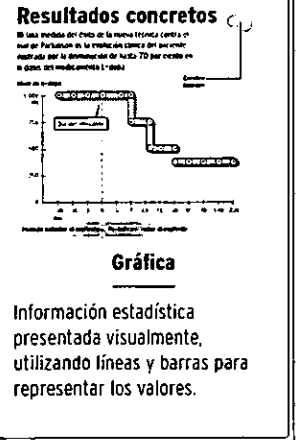
racionalización de espacios que tiene como base un sistema de retícula, fundamental para que los elementos gráficos tengan un orden visual.

A partir de estos cuatro puntos, *Reforma* ha creado sus propios recursos con identidad propia. *Cultura* cuenta con una amplia paleta de colores, diversas fuentes tipográficas cuyo uso ha sido estudiado detalladamente bajo el criterio de conservar estilo y funcionalidad, su propio estilo de gráficos y un sistema de retícula adecuado para su información.



**Pictograma**

Viñeta pequeña que hace alusión a un tema informativo. Se utiliza como distintivo visual en la cobertura subsiguiente de una noticia trascendente o de un evento cuya duración sea por lo menos de una semana.



**Balazo**

Primer párrafo de la nota aplicado en tipografía mayor a 14 puntos que sirve como entrada a la nota y es la inducción al ángulo informativo de la historia.

**Cabeza de descanso**

Pequeños subtítulos dentro de la nota, de tamaño ligeramente mayor al del texto columnado, que sirven para romper la monotonía de la lectura y el área "gris" del texto. A la vez, hacen evidente un cambio de tema.

**Capitular**

Letra inicial mayúscula de un párrafo y de mayor dimensión, utilizada para dar la entrada a la lectura y otras veces para decorar o enfatizar el párrafo. Por lo general su altura equivale a 3 ó 6 líneas de texto.

**Promocionales (Promos)**

Elemento gráfico ubicado en la primera página del periódico que invita al lector a buscar una información o noticia que se encuentra en una de las secciones. El resto de las secciones también pueden utilizar promos anunciando noticias de páginas interiores.

**Piecas**

Líneas de separación de notas. También pueden utilizarse como elemento decorativo o de soporte.

**Dingbats**

Caracteres decorativos utilizados para dar énfasis en elementos del texto.

**Cabeza**

**Texto**



**Fotografía**

**Pie de foto**

Son cuatro los elementos básicos de una página de periódico:

- **Cabeza.** Título de la nota y muchas veces el arma más importante. Resume el contenido de la nota. Su tamaño va de acuerdo con la extensión y la importancia de la misma.
- **Texto,** la nota misma. Se incluyen otros recursos para proporcionar distintas entradas de lectura y para que el texto no se vea gris y aburrido. Por ejemplo: cambios tipográficos en **balazos** y **cabezas de descanso**, **capitulares** al inicio del texto, párrafos indentados y no indentados, justificados y sin justificar.
- **Fotografías.** Una foto puede contar una historia, retratar un personaje o plasmar un momento. El formato más común es el horizontal (el ojo, por su naturaleza, ve horizontalmente). La foto vertical es algunas veces más dinámica, por ejemplo para danza, y la cuadrada es la menos usada. Cualquier formato es

aceptado, ya que la fotografía importa por su contenido, no por su forma.

- **Pie de foto.** Es un pequeño texto que acompaña las fotografías. Para diferenciarlo del texto, se le cambia la tipografía. La regla básica es que se coloca abajo de la foto, aunque hay veces que, por el diseño, se puede colocar a un lado de la foto.

Estos elementos conforman en un 90% una página, el otro diez son informaciones extras u ornamentos, como **promocionales** llamando a interiores, **plecas** o **dingbats**.

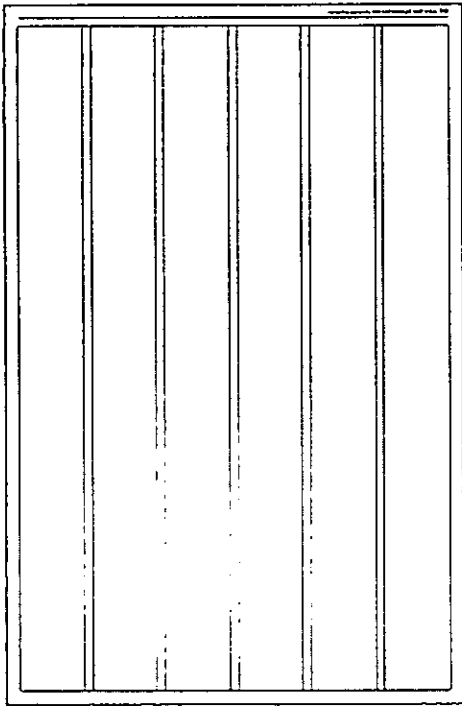
Las portadas tienen un promedio de 2 a 4 notas, mientras que las páginas interiores tienen de 4 a 7 notas, esto contando con el 100% del espacio, es decir, sin publicidad.

Se procura utilizar por lo menos tres fotos en una sola página, jerarquizándolas por formato y tamaño, salvo casos especiales, como una portada con una nota y una una foto.

### 3.4.1 DIAGRAMACIÓN Y LAYOUT (SISTEMA DE RETÍCULAS)

El *grid* o sistema de retícula ha sido definido como "una red de líneas, tanto horizontales como verticales, uniformemente colocadas a manera de coordenadas o puntos de localización"<sup>33</sup>. Es un sistema de ordenamiento para diseñar, nos proporciona una estructura que soporta el desplazamiento de las noticias, y mediante la cual se dividen los elementos componentes de una página (textos y fotos) de manera que queden alineados con un orden y una coherencia visual.

Con la retícula, una superficie bidimensional se subdivide en campos o espacios más reducidos a modo de reja. La



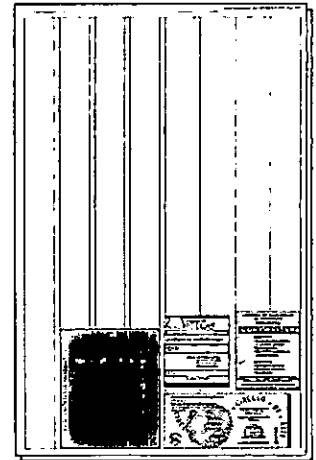
Δ Aquí se muestra el sistema de retícula base, el cual divide el espacio en 6 columnas en el plano horizontal.

altura de los campos corresponde a un número determinado de líneas de texto, mientras que el ancho es determinado por el tamaño de la letra y el mínimo de caracteres necesarios en una línea.

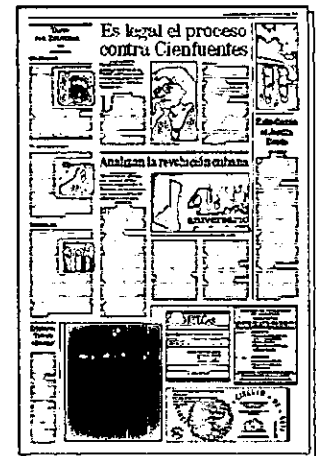
Como ya se mencionó antes, existen dos formatos básicos en el periódico: tamaño sábana (14" de ancho por 22-24" de alto) y tabloide (11-12" de ancho por 14-18" de alto). Dos tabloides corresponden a uno sábana. El formato usado en Cultura es el sábana, el cual cuenta con un sistema de retícula o *grid* dividido en seis columnas con seis divisiones a lo ancho (columnas de 05) y en diecisiete divisiones a lo alto. También es permitida la división horizontal de ocho columnas (columnas de 00) en las páginas interiores, ya que es la retícula utilizada para la venta de publicidad.

El *gutter* o medianil es el espacio entre cada columna y corresponde a 18 puntos. Éste se puede alterar únicamente en casos especiales.

El layout es la organización de gráficos y textos en una página. La versatilidad del mismo y el conocimiento y dominio de las herramientas serán los que marcarán el buen resultado de una página. Un buen layout será aquel en el que haya una correcta lectura, es decir, jerarquía de notas a través de la posición dentro de la página, del tamaño de cabezas y fotografías, y del equilibrio entre texto, tipografía, color y gráficos. Un buen layout será impactante e invitará al lector a recorrer la página.



Δ La retícula horizontal utilizada para la venta de publicidad es de ocho columnas. Los anuncios pueden medir desde una columna hasta el ancho total de la página.



Δ Este es un ejemplo de una página la cual hay que diseñar en función al espacio que deja libre la publicidad.

## 3.4.2 FUENTES TIPOGRÁFICAS

### Display

Cuando algún elemento de la página es desplegado.

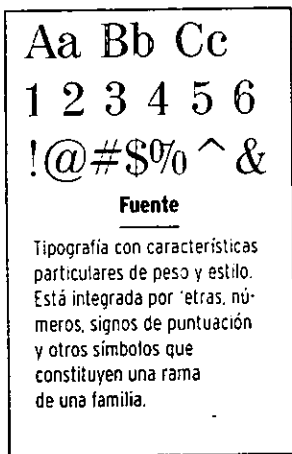


### Texto columnado

Texto fomatado en cuerpos de columna.

### Punto

Unidad en la que se mide la tipografía. Unidad estándar de medida en impresión. Existen 12 puntos en una pica y 72 puntos en una pulgada.



En la actualidad, el diseñador tiene a su disposición un sinnúmero de tipos de letra. Desde la invención de los caracteres móviles por Gutenberg (en 1436-1455) se han proyectado y fundido en plomo cientos de tipos de letras.

El desarrollo técnico de la época más reciente, con la fotocomposición y la composición por ordenador, ha traído al mercado tipos de letras nuevos o variantes de los ya existentes, con lo cual se ha ido ampliando notablemente el uso general de la tipografía, es decir, el diseño tipográfico ha tomado un importante papel dentro de la industria editorial y gráfica.

Desde los inicios de *Reforma*, ha existido una inquietud constante por el buen empleo de las fuentes tipográficas. Toda la estructura tipográfica está basada en una continuidad en forma y estilo, cuyo fin es la armonía, partiendo desde la tipografía de texto hasta las tipografías **display**.

La paleta incluye varias **familias** que responden a diversas aplicaciones.

Las tipografías seleccionadas han sido aplicadas de diferentes formas dándole una función específica a cada una de las partes de la página. Fue retomada la tipografía *Century* como base para desarrollar todo el estilo del diario; además, fueron elegidas otras familias principales, como la *Torino*, la *Egizano* y *Sans Serif* o *grotescas*. A partir de esta elección de familias, *Reforma* las adapta y les da nombres específicos para institucionalizarlas.

Para explicar el uso tipográfico en

*Reforma* y especialmente en *Cultura*, vamos a dividir la tipografía en dos: las letras Romanas (con patines) y las Sans Serif (sin patines).

Los tipos romanos se usan principalmente en cabezas, **texto columnado** o corrido y balazos. Las sans serif se usan principalmente en pies de foto y en información adicional de tablas e infografías.

La tipografía de texto corrido es la que forma el volumen principal de un material impreso. La utilizada por *Refor-*

*ma* es la *Sinergia* en nueve puntos con un **punto** de interlínea (9/10). El origen de esta tipografía cubre un problema específico: originalmente *Reforma* utilizaba como tipografía de texto co-

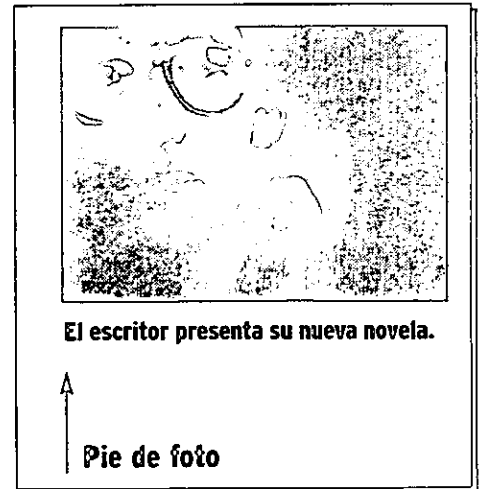
rrido la *Centennial*, pero, poco a poco, *El Norte* y *Reforma* comenzaron a compartir ciertas páginas, por ejemplo Buena Mesa se producía una semana en Monterrey y la semana siguiente en México. Esto ocasionó ciertos problemas de espacio, pues había que conservar el mismo diseño, pero cada periódico utilizaba tipografías diferentes cuyo peso y tamaño no coincidían: mientras que en *El Norte* utilizaban una *Nimrod* de 8.5 puntos con una interlínea de 9.3. *Reforma* utilizaba una *Centennial* de 9.3 con 10 puntos de interlínea. No había manera de ofrecer la misma información en el mismo espacio. Es por esto que crearon una nueva **fuen-**te tipográfica para ser utilizada por ambos periódicos: *Sinergia*. Esta fuente es una versión más ligera de la *Centennial*, se condensó el cuerpo, dejando la altura

### FUENTES TIPOGRÁFICAS EN REFORMA

ROMANAS:  
Sinergia, Giza,  
M Scotch Roman  
y Milenia

SANS SERIF:  
Interstate





de la minúscula incrementada.

Las principales fuentes tipográficas son Sinergia, Giza (con sus variantes), Interstate (que recientemente sustituyó a la Bureau), M Scotch Roman y Milenia.

La Sinergia (Regular e **Itálica**) es utilizada en textos corridos o hilados, para "el cuerpo de la nota".

La familia de las Gizas cuenta con múltiples variantes, pero las principales son Giza Roman, Giza Roman Display, Giza Condensed y Giza Condensed Display, las cuales se utilizan principalmente para cabezas y balazos, y la Giza Extra Bold, utilizada en los **kickers**.

El tipo Interstate se introdujo recientemente y a la par de la Sinergia. Este es un tipo Sans Serif del cual se han creado variantes en cuanto a peso del tipo, aplicados a diferentes estilos y según las necesidades periodísticas. Es utilizado en pies de foto, fotocréditos y en algunos textos con determinada intención.

De esta forma, se cuenta con letras bold, condensadas, itálicas, extra bold, display, con o sin patines, que se utilizan según las jerarquías o el peso tipográfico que el diseñador quiera dar. A partir de sólo tres fuentes base, el dise-

ñador puede presentar un sin fin de opciones para obtener distintos resultados, pero siempre teniendo como objetivo principal la correcta legibilidad y la unidad gráfica de la página. Utilizar diferentes tipos bien controlados significa dar entradas de lectura y jerarquizar información.

El año pasado se introdujo una nueva familia romana: Milenia. Esta tipografía es de mayor peso a la Giza Roman Display, la fuente principal del periódico, y es usada en el suplemento Enfoque y en páginas o suplementos especiales.

La M Scotch Roman es utilizada en El Ángel principalmente y en los nombres de las columnas y artículos de opinión.

A continuación se presentan las tipografías utilizadas en Cultura cuya variación es muy poca en relación con las otras secciones.

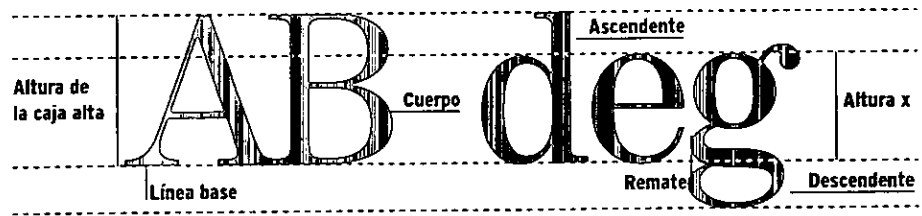
Giza Roman Display  
 Giza Roman  
 Giza Condensed Display  
*Giza Italic*  
 Sinergia  
**Interstate Black Condensed Mono**  
 M Scotch Roman

#### **Itálica**

Caracter con el ojo inclinado de izquierda a derecha, conocido también como cursiva.

#### **Kicker**

Pequeño título que antecede y complementa a la cabeza cuyo puntaje es mucho menor a ésta.



Existen algunos estilos universales para todo el periódico y otros que varían según la sección y sus necesidades.

Además se cuenta con una gran variedad de tipografías especiales, cuyo uso es limitado a ciertas secciones o a situaciones específicas, en donde por el tipo de nota se puede hacer un uso display de tipografía. Entre ellas destacan la Courier, Snell, Comic Sans MS y Champion y Apple Chancery.

sólo del tipo de letra, sino también de la longitud de las líneas y del interlineado de éstas. El mínimo de palabras en una columna de un texto corrido es de seis palabras por línea. El interlineado (*leading*) es la distancia vertical de línea a línea, adaptada al tamaño de la letra, específicamente la distancia entre un **baseline** y el otro. Su correcto control causará impacto en cabezas y legibilidad de textos.

**Remate**  
Rasgo final en la terminación del rasgo principal de una letra.



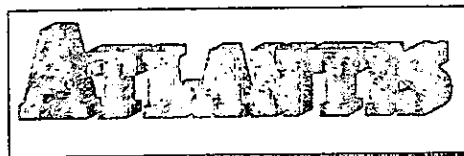
◦ El control adecuado del espacio entre letras aumentará la legibilidad del texto. El *tracking* es el espacio entre caracteres en un bloque de texto, el *kerning* es la reducción del espacio entre dos letras. El correcto ajuste de ambos permitirá una buena legibilidad.

**Ascendente**  
Parte superior de la letra que sobrepasa el área ocupada por el cuerpo de la minúscula.

Actualmente, el departamento de Fotoarte cuenta con una persona especializada en tipografía, la cual hace trabajos especiales a partir de las mismas fuentes utilizadas. Por ejemplo, la modificación de una giza haciendo alusión al agua y dándole volumen.

◦ El conocimiento de las cualidades de un tipo de letra es de suma importancia para efectos funcionales y estéticos. Esto es sus características de estructura, por ejemplo, sus espacios positivos y negativos, el tipo de **remate**, sus **ascendentes** y **descendentes**. Tomando en cuenta estos factores se determina el tamaño y uso que se le da. Por ejemplo, la Sinergia, por su naturaleza, sólo puede ser usada en texto de 9 puntos. Una Giza Black puede usarse de 10 puntos o más a diferencia de una Giza Black Text, que está diseñada para usarse de 6 a 9 puntos.

**Descendente**  
Parte inferior de la letra que sobrepasa el área ocupada por el cuerpo de la minúscula.



Existen varios factores que deben ser cuidados en el manejo tipográfico:  
◦ La legibilidad de un texto depende no

## Giza

Giza Roman  
 Giza Roman Display  
 Giza Condensed Regular  
 Giza Condensed Display  
*Giza Italic*  
*Giza Italic Display*  
*Giza Italic Condensed Display*  
**Giza Black**  
**Giza Black Text**  
**Giza Italic Black Text**  
**Giza Bold Condensed**  
**Giza Extra Bold**  
**Giza Black Compressed**  
**Giza Black Compressed Text**  
***Giza Italic Black Text Compressed***

## Gizas Especiales

**Giza Five Five**  
**Giza Five Seven**  
**Giza Five Three**  
**Giza Nine Five**  
**Giza Nine One**  
**Giza Nine Three**  
**Giza One Five**  
**Giza One One**  
**Giza One Three**  
**Giza Seven Five**  
**Giza Seven Nine**  
**Giza Seven Seven**  
**Giza Seven Three**  
**Giza Three Five**  
**Giza Three One**  
**Giza Three Three**

## Sinergia

Sinergia Regular  
*Sinergia Italic*

## M Scotch Roman

M Scotch Roman

## Milenia

Milenia Display Roman  
*Milenia Display Italic*  
 Milenia Display Condensed Bold  
*Milenia Display Condensed Bold Italic*  
 Milenia Middle Condensed Bold  
*Milenia Middle Condensed Bold Italic*

## Interstate

Interstate Light  
 Interstate Light Mono  
 Interstate Light Compressed  
 Interstate Light Cond Mono  
 Interstate Light Condensed  
**Interstate Regular**  
**Interstate Regular Mono**  
**Interstate Regular Compressed**  
**Interstate Regular Cond Mono**  
**Interstate Bold**  
**Interstate Bold Mono**  
**Interstate Bold Compressed**  
**Interstate Bold Cond Mono**  
**Interstate Bold Condensed**  
 Interstate Ultra Proto  
**Interstate Black**  
**Interstate Black Mono**  
**Interstate Black Compressed**  
**Interstate Black Cond Mono**  
**Interstate Black Condensed**  
**Interstate Ultra Black**

# 3.4.3 ESTILOS GRÁFICOS

Ya se analizó el espacio en el que se diseñan las páginas y las fuentes tipográficas utilizadas, así como se mencionaron los principales componentes de una página. A continuación ejemplifico en una portada todos los componentes de la sección con sus estilos fijos.

Folio

Bandera

Cabeza principal

Balazo

Capitular

Side bar

Pleca doble

Cabeza secundaria

Oreja

Pleca

Pie de foto

Tabla

Promocional

**SECCION C**  
REFORMA  
Jueves 11 de julio  
de 1964

# CULTURA

**Derechos Reservados**  
Se prohíbe la reproducción total o parcial de este periódico sin el consentimiento expreso de la Editorial.

## Taparán goteras con 100 mil dólares

Gracias al donativo de la Organización Internacional de Vigias de Monumentos del Mundo la cúpula del Palacio de Bellas Artes será sometida a un proyecto de restauración que finalizará en un año

**U**n donativo de 100 mil dólares será para el proyecto de restauración de la cúpula del Palacio de Bellas Artes, que será sometida a un proyecto de restauración que finalizará en un año. El donativo fue otorgado por la Organización Internacional de Vigias de Monumentos del Mundo (OIVM), una organización internacional que tiene como objetivo la preservación de los monumentos históricos y culturales del mundo.

El proyecto de restauración de la cúpula del Palacio de Bellas Artes, que fue diseñada por el arquitecto mexicano Juan O'Gorman, es uno de los más importantes proyectos de restauración de monumentos históricos en México. El proyecto consistirá en la reparación de las goteras que se encuentran en la cúpula, así como en la restauración de los muros y techos que rodean a la cúpula.

El proyecto de restauración de la cúpula del Palacio de Bellas Artes es uno de los más importantes proyectos de restauración de monumentos históricos en México. El proyecto consistirá en la reparación de las goteras que se encuentran en la cúpula, así como en la restauración de los muros y techos que rodean a la cúpula.

**Un esfuerzo por el arte del mundo**

La Organización Internacional de Vigias de Monumentos del Mundo (OIVM) es una organización internacional que tiene como objetivo la preservación de los monumentos históricos y culturales del mundo. El proyecto de restauración de la cúpula del Palacio de Bellas Artes es uno de los más importantes proyectos de restauración de monumentos históricos en México.

**Reclaman tradicional hermandad entre escultura y arquitectura**

Exhibición de 121 obras de 12 escultores

El Museo de Arte Moderno de México exhibirá una muestra de 121 obras de 12 escultores. La muestra, que se inaugurará el próximo mes de agosto, es una de las más importantes muestras de escultura en México.

**Poesías y yodales**

El 11 de julio de 1964 se inauguró en el Palacio de Bellas Artes una muestra de poesía y yodales. La muestra, que se inauguró el 11 de julio de 1964, es una de las más importantes muestras de poesía y yodales en México.

**Sus sueños de hacendado**

En la exposición "Sus sueños de hacendado" se exhiben las obras de un artista que ha dedicado su vida a la pintura de paisajes y escenas de la vida rural. La exposición, que se inauguró el 11 de julio de 1964, es una de las más importantes muestras de pintura en México.



## Secciones Fijas

Folio

Bandera

Gráficas

Tabla

Foto pie

Folio

Bandera

Tema

"Tú puedes ayudar"



gráfico utilizado con mayor frecuencia es la infografía, ya que, por lo general, cubre las necesidades gráficas que requiere el contenido, aunque algunas veces se complementa la información con fotografías. Además, como ya se mencionó, en este mismo espacio se publica semanalmente la columna de Aleph Cero, cuyo estilo de diseño corresponde al de las columnas.

El contenido editorial de *Con-tacto* varía dependiendo del tema que se trate. Es una página donde existe una absoluta libertad del diseño, siempre dentro de ciertas reglas básicas, ya que la misma información va marcando la pauta del diseño. El material gráfico varía; por lo general, se utilizan fotografías totalmente descriptivas de la labor altruista en turno. Existen tres elementos constantes, con algunas excepciones, que son: una nota principal, una variante de *side bar* que se titula "Te Toca", —en donde queda plasmada la experiencia de algún voluntario—, y una pequeña columna, cuyo fin es decir cómo puede ayudar la gente interesada y a dónde acudir, titulada "Tú puedes ayudar". A diferencia del resto de la sección, aquí es utilizada la tipografía Milenia, además de las tipografías base.

Las colaboraciones especiales se identifican por llevar la cabeza en Giza Roman Display en versalitas, firma principal y los marcos de las fotografías dobles y en cuatro puntos. Por lo general son textos largos y se trata de compensar el "bloque gris" de texto con buenas fotos y grandes, o en su defecto con ilustraciones.

## 3.4.5 RECURSOS GRÁFICOS PERIODÍSTICOS

Los principales recursos gráficos son la fotografía y la tipografía, los cuales ya se explicaron anteriormente. Pero existen otros recursos como son: la ilustración, las viñetas, el fotoarte y la infografía.

La fotografía es un elemento imprescindible en el periódico, ya que puede dar información concreta por sí sola.

La ilustración acompaña un texto. Puede ser una ilustración temática, es decir, directamente relacionada con el contenido de la nota o reportaje, o conceptual, en donde es válida la interpretación del diseñador, ilustrador y editor.

La viñeta es una ilustración en blanco y negro, su estilo es sobrio y conceptual, y por lo general acompaña textos de opinión.

El fotoarte es la manipulación de fotografías y la realización de efectos especiales sobre éstas mismas, como pueden ser la integración de tipografía, de ilustración, los *collages*, duotonos, *silhuetos*, *fondos* especiales, entre otros. Este es un recurso frecuentemente utilizado por el periódico que le ha dado una identidad especial.

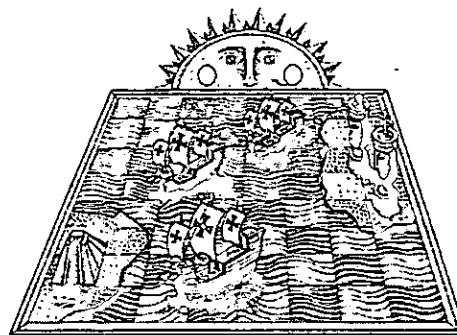
La infografía es un recurso gráfico que en los últimos años ha ido tomando mayor fuerza en los periódicos a nivel internacional y, últimamente se ha ido introduciendo a otros medios, como es la televisión. La importancia de la infografía radica en que es un gráfico en el que la imagen y el texto están unidos, es decir, es una transmisión de no-



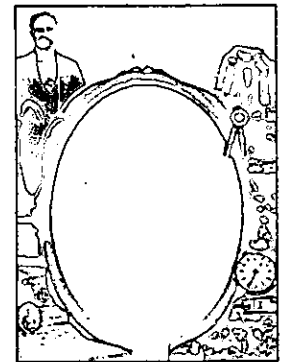
△ Infografía.



△ Viñeta.



△ Ilustración.



△ Fotoarte

### Silueteo

Imagen donde el fondo ha sido removido, dejando sólo el elemento principal.

### Fondo

Color o imagen aplicada como soporte a un área de la página o de una gráfica y sobre la que se incluye texto.

ticias en forma visual. Su objetivo es informar de una manera sencilla y clara una noticia, un acontecimiento o cualquier suceso de interés general.

Cabe mencionar que anteriormente las infografías se hacían en el Departamento de Ilustración, pero al ser un recurso cada vez más utilizado, ha sido necesario formar un equipo especializado en esta área.

## 3.5 QUÉ ES EL COEDITOR GRÁFICO

El diseño es una herramienta más que contribuye a mejorar la imagen del periódico y a complementar su información. Es el Coeditor Gráfico la persona responsable de esta imagen. Como su nombre lo indica, co-edita con el editor.

El Coeditor Gráfico de Cultura tiene una relación totalmente estrecha con el Editor. Está inmerso en los temas que se tratan en la sección y parte de su responsabilidad es conocer a los protagonistas de la cultura, ya que debe estar preparado para tomar algunas decisiones editoriales, proponer cabezas, pies de foto, etcétera.

Cultura es una sección sujeta a fuertes presiones de tiempo, ya que es una sección diaria, y a una gran cantidad de información, cuya planeación inicial puede sufrir varios cambios en el transcurso del día. Por lo tanto, el Coeditor Gráfico debe ser apto para resolver rápidamente y de la mejor manera cualquier situación que se presente.

El Coeditor Gráfico trabaja bajo la consigna de obtener el mejor resultado, busca el mejor encuadre de la fo-

to, planea la ilustración y el fotoarte, jerarquiza gráficamente las notas y decide el layout de cada página. Algunas veces no dispone de la mejor fotografía u otras veces no cuenta con fotos, así que también es su tarea encontrar la mejor solución gráfica, ya sea a través de tipografía, ilustración u otros recursos que ya se mencionaron anteriormente.

También tiene una relación estrecha con los fotógrafos, ya que algunas veces las imágenes pueden ser planeadas en función al diseño, por lo que intercambian ideas de la edición fotográfica.

Trabaja en equipo con todos los integrantes de la Sección y con las áreas o departamentos que están involucrados en la producción para obtener resultados certeros.

Su tarea no termina cuando culmina el diseño, tiene también la responsabilidad de revisar negativos y la obligación de estar informado de las publicaciones de otros medios, así como de estar actualizado en la información de cualquier hecho que intervenga en la cultura.



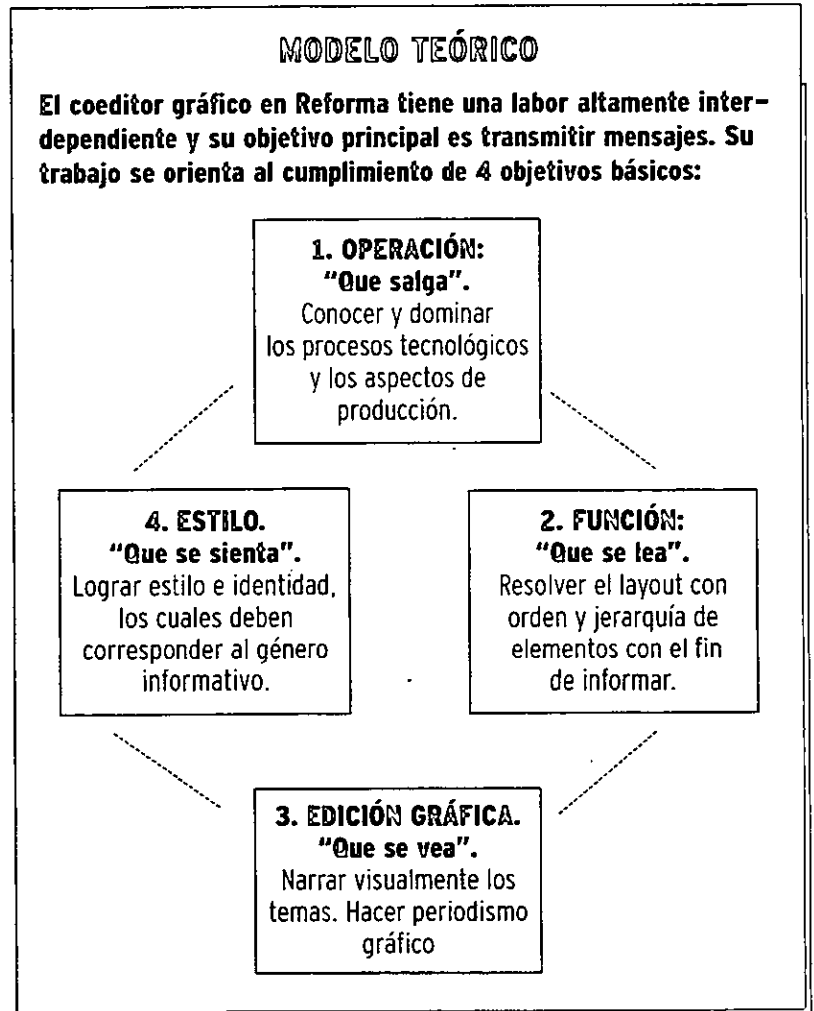
## 3.6 PROCESO DE DISEÑO

El diseño gráfico en *Reforma* se orienta al cumplimiento de cuatro objetivos básicos: operación, función, concepto y expresión, los cuales corresponden al Modelo Teórico en el que se basa la labor de coeditores gráficos y diseñadores.

El diseño empieza desde el momento en que se planea la estructura de la información. Es decir, una vez que el Editor ha conceptualizado las notas con el reportero y ha decidido tanto el material a publicar en portada y páginas interiores, como la jerarquía de la información, éste comienza a interactuar con el diseñador planeando un layout: determinan el número de caracteres de las notas, analizan el material gráfico y las posibles opciones o formas que pueden tomar las notas (La Ventana, **foto noticia**, side bar, tabla, etcétera).

El proceso de diseño es un proceso creativo que comienza en el momento que se concibe la nota. Por ejemplo, un reportero hace una entrevista a Joaquín Cortés, bailarín flamenco, con motivo de sus presentaciones en México. Con estos datos, el diseñador ya puede imaginarse cómo serán las fotografías y cómo podría ser la página. Una vez determinada la extensión de la nota y después de haber escogido la o las fotografías, el diseñador comienza a bocetar para luego hacer un boceto final del layout, mismo que a lo largo de la jornada, es mejorado o modificado para llegar a la versión final.

El diseñador debe estar pensando gráficamente, visualizando imágenes y los espacios negativos y positivos en una página, proponiendo elementos



que complementen la información, es decir, imaginando la mejor opción según la historia que se esté contando; no es lo mismo diseñar una nota referente a un escritor que a una que hable sobre un funcionario. Existen gráficos que se denotan por sí mismos y otros que requieren de cierta connotación; por lo tanto, el diseñador debe de estudiar perfectamente sus decisiones y consultarlas con el Editor, porque gran parte del impacto causado depende de la labor del diseñador.

### **Foto noticia o fotopie**

Una fotografía independiente que no acompaña una nota, sino que es acompañada por una pequeña cabeza y por un pie de foto más extenso de lo normal, lleva un marco especial para marcar una diferencia con las otras fotografías.

### 3.6.1 JUNTA EDITORIAL DE CULTURA

Esta junta se lleva a cabo todos los días con el fin de planear la edición del día siguiente. Ésta se realiza después de la primera Junta Editorial General, en la cual participan los Subdirectores y Editores de todas las secciones diarias, con el objetivo de revisar la edición del día y el material para la edición del día siguiente.

Durante la junta de Cultura están presentes editores, diseñadores y algunas veces reporteros, y es el momento en el que el Editor decide que notas serán publicadas en cada página. Se discute acerca de la importancia de los textos, se analizan los gráficos y se jerarquiza el material. La decisión sobre las notas siempre será de acuerdo con la actualidad e importancia de los contenidos y tomando en cuenta la opinión de los Consejos Editoriales.

El diseñador no siempre puede leer los textos, ya que la mayoría de las veces son notas que se generaron durante el día, por lo tanto aprovecha este momento de interacción durante el cual todos opinan acerca de la edición y los reporteros procuran dar una explicación amplia de su nota. Es el momento para profundizar sobre los temas y dialogar las decisiones.

Esta planeación se hace sobre un primer esquema de publicidad, en donde se señala la caída de color y la posi-

ción de los espacios publicitarios pagados que hasta esa hora ya se han vendido. Por lo general, en este primer esquema, son contempladas únicamente cuatro páginas, con color en la uno y en la cuatro, y son pocos los anuncios que se han vendido.

Durante esta junta se hace un boceto de la portada, señalando la posición de notas y elementos gráficos. Este boceto se salva por lo menos en un 60% contra el resultado final, ya que algunas veces este layout previo sufre cambios en el transcurso del día por diferentes motivos, por ejemplo, por una noticia importante de última hora o porque alguna nota resultó mejor que otra; también, en otros de los casos, porque la fotografía o la historia no cumplió las expectativas.

En resumen, son cuatro los puntos importantes relacionados con el diseño que se establecen en la junta:

- Material editorial de portada y páginas interiores. (Jerarquía y número de caracteres).
- Fotografías con las que se cuenta (si son de archivo o del día) y el autor de las mismas. O si no se cuenta con el material gráfico adecuado, se plantean las opciones de cómo conseguirlo.
- La necesidad de algún otro apoyo gráfico.
- Boceto del layout de la portada.

## 3.6.2 SELECCIÓN DE MATERIAL GRÁFICO

Una vez terminada la Junta Editorial, los diseñadores eligen las fotografías. Esta es una parte del proceso que requiere de mucho cuidado y tiempo, pues es un trabajo minucioso el de la búsqueda o planeación de gráficos.

Cuando las fotografías son del día, es decir, corresponden a un evento determinado y se tomaron específicamente para esa nota, el reportero gráfico tiene mayor responsabilidad sobre la imagen, ya que él es el que presenció los hechos o tuvo la oportunidad de hacer un buen retrato; pero cuando es necesario recurrir al banco de imágenes almacenadas en el Archivo, es tarea del diseñador y/o fotógrafo del área encontrar la foto que más se apege a la historia.

Este material se selecciona en función del Layout, es decir, se toman en cuenta diferentes factores, como la importancia de la nota que acompaña, la relación de tamaño de nota con el tipo de foto, la posición dentro de la página y si se lleva en color o blanco y negro.

Otros factores que intervienen en la decisión de fotografías son la opinión y sugerencia del autor de la foto (cuando ésta fue tomada por algún fotógrafo del periódico) y la calidad que conserva el material.

Algunas veces no se cuenta con la imagen adecuada. Como ya se mencionó anteriormente, hay ciertos temas que exigen soluciones gráficas distintas a la fotografía. De ser necesario, se planea un fotoarte o una ilustración en conjunto con el fotoartista o el ilustrador, según sea el caso. Una vez creado el concepto, eligen estilo, color y determinan tamaño y formato.

Ahora ya se cuentan con los elementos primordiales para comenzar a diseñar, el paso siguiente es que el Coeditor Gráfico comience a experimentar sobre la portada y el diseñador diagrame los interiores.

Para explicar este proceso nos referiremos a una fase experimental y a una fase final.

### 3.6.3 DISEÑO DE PORTADA



Δ Esta portada representa un ejemplo en el que se plantea una solución con tres diferentes notas.



Δ Este es un ejemplo de una página con dos notas y una tabla sobre el mismo tema: el cierre del Centro Cultural Arte Contemporáneo.

La portada o página uno es un espacio reservado para la información más relevante y requiere de las mejores historias, fotografías y gráficos. Esto no significa que el resto de la sección sea de menor importancia, pero la portada es una especie de "tarjeta de presentación" de la que muchas veces dependerá que el lector continúe hojeando las demás páginas. El justo equilibrio entre textos y gráficos será la mejor herramienta para lograr buenos resultados.

Hay diferentes tipos de portadas:

- Portada con diferentes notas que hablan de diferentes temas. Estas portadas, por lo general, están constituidas por notas generadas en el día, que por su relevancia se consignan en este espacio.
- Portada con varias notas, pero del mismo tema. En este caso, por la importancia de la noticia, se generan varias notas alrededor del mismo asunto y entonces el Coeditor Gráfico o el Diseñador conceptualiza la información y le da una misma identidad a las notas.
- Portada con una sola nota. Este es un espacio más libre para el Diseñador pues, al manejar un sólo texto, existe la oportunidad de manejar mayores espacios positivos y negativos y de experimentar diferentes opciones de Layout, ya que en los dos casos anteriores las opciones son más rígidas. Algunas veces se incluyen tablas o *side bars* para complementar la información, elementos que se pueden convertir en recursos gráficos.
- Reportajes Especiales. Este tipo de información permite una planeación más severa y cuidadosa, por lo que los gráficos generalmente están hechos con



Δ En este caso, la información correspondió a una sola nota. Las fotografías y los juegos tipográficos jugaron un papel importante.

antelación y las fotografías son tomadas con especial interés.

Cualquiera que sea el caso, siempre hay un concepto o una intención en la portada. El diseñador no acomoda letras y fotos, sino que refuerza el texto con gráficos y busca una solución adecuada.

El primer paso es llevar a la pantalla el boceto hecho previamente a lápiz y en papel. Durante la fase experimental se trabaja con textos simulados y con fotos previstas y se toman en cuenta los cuatro elementos básicos, que son fotografías, pie de fotos, cabezas y textos.

En este momento el Coeditor Gráfico comienza a experimentar nuevas opciones con los mismos elementos. La solución final no va a ser siempre la



primera. Muchas veces visualizando los elementos en la pantalla surgen nuevas ideas.

Una vez elegida una de las opciones, ésta es comentada con el Editor. Esta opción está sujeta a cambios, pues el periodismo es impredecible y pueden surgir acontecimientos que por su relevancia llegan a modificar la edición. En algunos casos, las decisiones editoriales se ven alteradas tras nuevas observaciones que se hacen en la segunda Junta Editorial General del Periódico, que se lleva a cabo a las 4:30 pm.

En el transcurso de la tarde, el Editor manda vía red los textos ya revisados para que el diseñador pueda hacer uso de ellos y las previstas fotografías van siendo reemplazadas automáticamente por una baja resolución de la imagen. Ahora las cabezas, textos y fotos ya son reales.

Comienza la fase final, por llamarla de alguna forma, en donde todos los detalles se ajustan. Por ejemplo: algu-

nas veces no cabe el texto completo de una nota y es necesario ajustarlo; para ello el Editor decide si elimina palabras, frases o párrafos enteros; se escriben pies de foto, algunas veces propuestos por el reportero, otras por el diseñador o, si no, por el mismo Editor; se hacen correcciones de estilo a los textos; se rectifican los encuadres de las fotografías y los créditos de las mismas; se verifica que los folios estén correctos. Se estudian otros detalles como aplicaciones de color y de plecas, se revisan el *tracking* y el *leading* de las cabezas y **overprints** y **knockouts** en las áreas de color; si se lleva ilustración, se verifican los datos; si lleva fotoarte, se injerta y se rectifica que corresponda a las necesidades de la página. En fin, se revisa cualquier detalle que contribuya a la armonía visual de la página.

Una vez que el Diseñador terminó la portada, la imprime en papel para que el Editor le dé el visto bueno y se pueda mandar a Negativos.

△ En este caso, la información correspondió a una sola nota. Las fotografías y los juegos tipográficos tuvieron un papel importante. Incluyo este ejemplo, ya que en un inicio fue pensado para portada, pero al ser relevante la información tanto gráfica como periodística se decidió hacer páginas especiales en interiores.

#### Overprint

Área de intersección en impresión de dos elementos gráficos de diferentes colores, donde se suman sus valores tonales.

#### Knockout

Área de intersección en impresión de dos elementos gráficos de diferentes colores, donde se busca evitar que se sumen sus valores tonales.

## 3.6.4 DISEÑO DE PÁGINAS INTERIORES



△ Este es un ejemplo de una página interior monotemática sin anuncios. El tema es "Fotoseptiembre", por lo tanto las imágenes tienen gran relevancia en el layout.



△ Esta es una página sin anuncios y con tres notas y una columna. Es importante evitar el choque de cabezas y conseguir un equilibrio de texto y fotografía.

### Cable

Pequeña nota informativa que envía alguna agencia de información, nacional o internacional.

Incluso cuando la portada es "la tarjeta de presentación" de la sección y por lo tanto la que requiere de mayor trabajo, las páginas interiores deben conservar un estilo y guardar proporción entre gráficos y texto. Todas las notas son importantes, ningún espacio se demerita, así que estas páginas también entran dentro de la planeación y también se diseñan.

El diseño de las páginas interiores está condicionado por los espacios publicitarios, pero es tarea del diseñador sacarle el mayor provecho al espacio editorial.

Dentro de la fase experimental se distribuyen las notas, en función a su importancia, a lo largo de las páginas interiores y tomando en cuenta los espacios publicitarios incluidos en el esquema proporcionado por el Departamento de Publicidad. Se eligen las fotografías y se hace un primer Layout de cada página con texto simulado y utilizando las previstas fotográficas.

Como sucede con la portada, a lo largo de la tarde el Editor envía las notas y las fotografías se van reemplazando por las bajas resoluciones de la imagen ya trabajada. Muchas veces es necesario que Diseñador y Editor discutan nuevamente acerca de la extensión de las notas y otros detalles, como el tamaño de cabeza que se requiere para el espacio determinado para cada texto o la necesidad de incluir pequeños cables para ocupar espacios en donde no cabe una nota completa. A lo largo de la jornada, las noticias y las necesidades van

cambiando, y el diseñador debe estar preparado para adaptar las páginas a estos cambios.

La diagramación de los interiores puede resultar muy flexible y a la vez muy rígida, pues hay que adaptarse a los espacios publicitarios. Estos espacios están divididos de las notas editoriales por una pleca de 0.5 puntos y existen ciertas reglas para esta diagramación: En el sentido horizontal, se coloca la pleca dos picas arriba de la caja del anuncio y, en el sentido vertical, se coloca la pleca una pica después del anuncio, de manera que la publicidad quede aislada del contenido editorial.

Hay cinco puntos que, aun bajo las condiciones de espacio, no se deben perder de vista:

- Jerarquía de notas. Visualmente el lector debe reconocer cuál es la nota de mayor importancia dentro de esa página, dada la posición, puntaje de la cabeza y número de caracteres.
- Choque de cabezas. Evitar que dos cabezas de diferentes notas estén en un mismo eje horizontal.
- Equilibrio entre texto y gráficos.
- Evitar colocar fotos arriba de anuncios.
- No "colgar" textos. Significa que los textos deben ajustar por bloques, ya sea rectangulares o cuadrados.

Durante la fase final de estas páginas, se revisan los mismos detalles que en la portada y posteriormente entran en el proceso de la elaboración de los negativos.

## 3.7 NEGATIVOS Y PREPrensa

El envío a negativos también es vía red y se hace directamente desde la computadora. Una vez que los negativos están revelados, el Diseñador los revisa cuidadosamente. Este paso es de mucha importancia, ya que en el negativo se perciben mejor los errores y aciertos. Algunos puntos a revisar son:

- Resolución de fotografías.
- Que la información de color en las cuatro placas (*black, cyan, magenta y yellow*) corresponda a lo diseñado.
- El trap information (knockout y overprint). Verificar que los colores queden adecuadamente registrados en las placas correspondientes para que no exista "contaminación" de los mismos.
- Que las ilustraciones contengan toda la información.
- Que los textos no estén bloqueados por cajas transparentes.

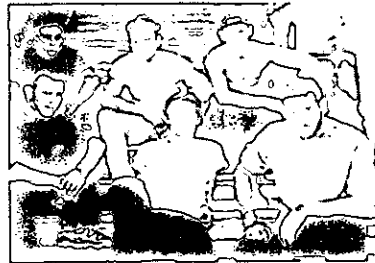
Autorizada la página por el Diseñador, se entrega al departamento de Pre-Prensa, donde gente especializada verifica que los negativos de color "registren", es decir, que cada placa de color caiga exactamente encima de la otra, y los enmascarillan para posteriormente procesarlos y hacer las placas que entrarán directamente al proceso de impresión.

En este mismo departamento se elaboran los *Color Keys*, que son pruebas en color cuyo resultado es muy cercano a la impresión real.

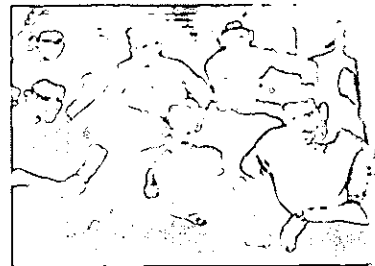
La labor del Coeditor Gráfico y del Diseñador termina en el momento en que entrega los negativos a Pre-Prensa. El resto del proceso es únicamente de producción y, por lo tanto, los responsables son los encargados de los otros departamentos.

### SEPARACIÓN DE UNA FOTO EN CMYK EN POSITIVO.

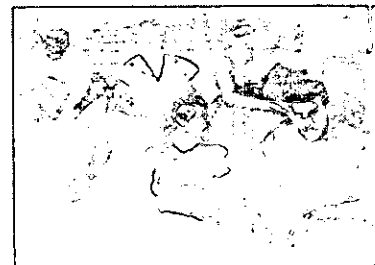
BLACK



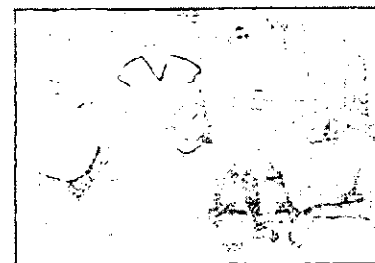
CYAN



MAGENTA



YELLOW



### SEPARACIÓN DE LA MISMA FOTO EN NEGATIVO.

BLACK



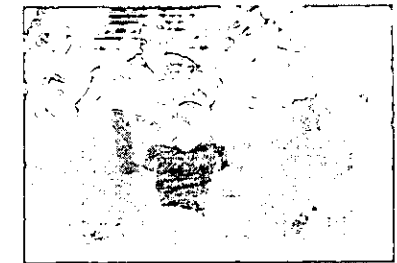
CYAN



MAGENTA



YELLOW



## RETOS Y SOLUCIONES ESPECÍFICAS

4.1 Criterios para el diseño

4.2 Solución tipográfica

4.3 Solución mixta

4.4 Otro ejemplo



Mi participación en la sección Cultura data de más de tres años, a lo largo de los cuales he desarrollado un sinnúmero de páginas, cada una representando un reto diferente. Las circunstancias muchas veces han sido adversas, pero, mediante un trabajo en equipo, siempre se ha buscado obtener los mejores resultados.

A continuación voy a exponer los criterios que utilizamos al diseñar una página y posteriormente algunos ejemplos de trabajos que he realizado, incluyendo el proceso que se llevó para lograr la solución final.

## 4.1 CRITERIOS PARA EL DISEÑO

El resultado final de una página, ya sea portada o interior, es el producto de la labor de muchas personas. Si cada uno de los integrantes del equipo es meticuloso en su trabajo, sin duda alguna, el resultado será satisfactorio.

A través de mi experiencia como coeditora Gráfica he ido implementando mis propios criterios de diseño, compartiéndolos con el resto de los Coeditores Gráficos, y a la vez he aprendido a reconocer los problemas y limitantes del diseño dentro del periodismo.

Las circunstancias de trabajo siempre son variables. Algunas veces no se cuenta con el material gráfico adecuado o en condiciones de ser reproducido, así que es necesario recurrir a otras soluciones. Existen notas que por su naturaleza, no tienen una fotografía que las ilustre, por ejemplo, las modificaciones de la Ley del Derecho de Autor, y en este caso hay que valorar que tipo de imagen será la correcta. Una regla básica que se ha establecido en Cultura es no forzar las imágenes. Si la foto no corresponde directamente a la nota, es mejor no llevarla y tal vez la alternativa es una ilustración o un fotoarte.

Otro problema es el de la noticia imprevista, por ejemplo la muerte de algún personaje, y sin importar la hora, la sección sufre cambios drásticos, por

lo que hay que diseñar bajo presión.

Las relaciones humanas son muy importantes dentro de esta labor: hay que conocer a la gente para saber cómo se desarrolla en las diferentes actividades y así poder valorar el tipo de trabajo que se le pide, por ejemplo, en el departamento de Ilustración, cada ilustrador es sensible frente a distintos temas, por lo tanto, no sólo se piensa en el tipo de ilustración que se requiere, sino también en cual será la persona indicada para ese trabajo. Y así también con la fotografía y el fotoarte.

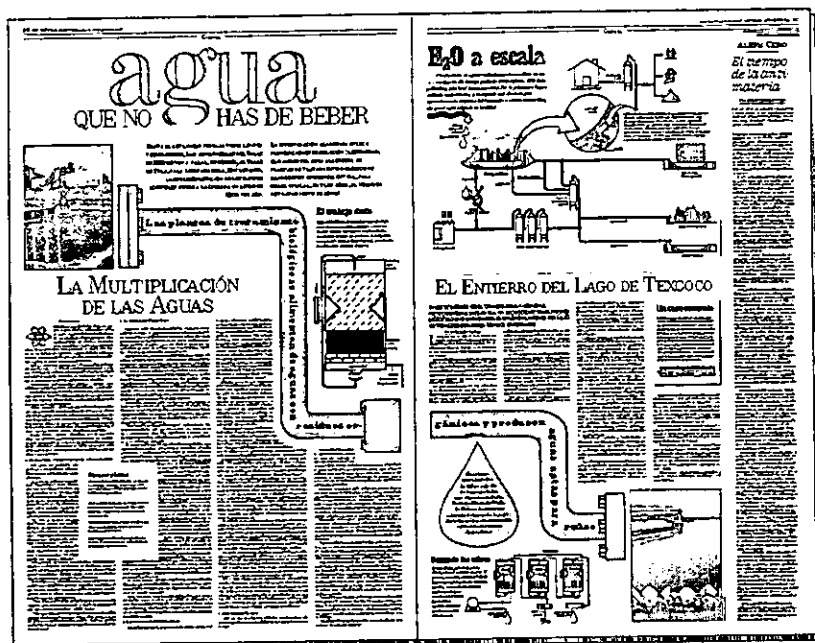
En fin, el trabajo del diseñador se reduce a encontrar la mejor solución, interpretarla gráficamente y plasmarla en el papel periódico.

Encuentro tres puntos determinantes para las decisiones de diseño:

1. El género y el contenido de la nota.

El género de la nota es de gran importancia, no puede tener las mismas características de diseño un reportaje de los Menonitas, que una crónica de un homenaje a Álvaro Mutis o una entrevista a Arturo Pérez-Reverte. Es decir, a cada género corresponde una idea diferente de diseño.

El contenido es fundamental, pues es el que va a marcar la pauta de diseño, es el que va a sugerir cómo ilustrar. En *Reforma* utilizamos dos términos para



▲ Esta es una página cuyo tema es el tratamiento de agua. Tuvo una planeación de una semana. Fue una labor conjunta de Editor, Ilustrador y Coeditor Gráfico.

referirnos al tipo de nota: "hard" o "soft". El término "hard" (duro) se refiere a aquellas notas que por su naturaleza tienen un carácter de alto impacto social, esto es, una historia actual y de contenido fuerte e importante; la nota "soft" (suave) es de carácter más afable, no significa que no sea relevante, pero la información es moderada. Por ejemplo, Nacional es una sección "hard" y Buena Mesa y Gente son consideradas "soft".

Para términos prácticos del periódico, Cultura está considerada como sección "soft". Sin embargo al analizar el contenido y retomando el significado de cultura, el cual incluye las manifestaciones de un individuo dentro de la sociedad, encuentro que tienen cabida ciertos temas que por su contenido pueden ser de carácter "hard", por ejemplo, la legislación de la ley de Patrimonio Cultural. Esta situación tiene como resultado que algunas veces las páginas sean rígidas en cuanto a layout y gráficos, y otras, que que tengan mayor despliegue en espacio e imagen. Cada tipo de nota tiene una exigencia distinta de diseño.

## 2. El tiempo de planeación

Una página con información generada en el día, se planea y diseña en un lapso de seis horas aproximadamente, la vigencia de la información no permite esperar para el día siguiente. En cambio, existen ciertos temas que se les puede dar un tiempo de planeación más amplio, ya que, por su complejidad, requieren de más trabajo y detalle. Hay una gran diferencia entre diseñar una nota con una foto de conferencia de prensa y un especial de doble plana acerca del tratamiento de agua en México. La primera no requiere más que escoger la foto que retrate el suceso y resolver un layout atractivo, mientras que la segunda requiere de un mayor entendimiento del proceso del tratamiento de agua para concretar las infografías o ilustraciones necesarias.

## 3. Los recursos gráficos

La selección de los recursos gráficos es la parte más delicada de la planeación, mucho depende de éstos para lograr la solución adecuada. Como ya se mencionó, contamos con fotografía, ilustración, viñeta, fotoarte, tipografía e infografía principalmente. Pero no sólo se trata de que el fotógrafo traiga un buen retrato, sino hay que echar mano de cualquier otro recurso para complementar la información.

Estos tres puntos son fundamentales en la creación de las páginas. Cada uno depende de los otros dos y, al mismo tiempo uno puede ser la limitante del otro, por ejemplo, el disponer de poco tiempo, no me permite pedir una ilustración compleja.

Como Coeditora Gráfica he desarrollado el criterio para tomar decisiones no aleatorias, sino fundamentadas en mi experiencia y en mi conocimiento adquirido dentro y fuera de este medio.

## 4.2 SOLUCIÓN TIPOGRÁFICA

66 Una mirada actual” fue una serie de cuatro reportajes cuyo objetivo fue profundizar sobre el término inteligencia. ¿Qué es la inteligencia?, ¿cómo se mide?, ¿se puede medir?, ¿cómo se transita de la inteligencia individual a la colectiva?, ¿qué bioquímica domina los procesos cerebrales del pensamiento? Estas fueron algunas de las preguntas que se plantearon en esta serie. Lejos de dar definiciones, *Reforma* ofreció estos reportajes abordando temas en torno a lo que el intelecto humano ha conseguido entender acerca de sí mismo.

Esta serie implicó un intenso trabajo editorial y, como tal, correspondió un minucioso e “inteligente” trabajo gráfico.

Tuvo una planeación de diseño de tres semanas aproximadamente, en donde la participación del editor responsable fue fundamental.

El concepto era claro, había que plasmar a través de una idea original textos “inteligentes”. Se pensó en hacer fotografías cuya información buscaría mostrar gente inteligente, pero esto tendría como resultado la obviedad y, seguramente, mal lograda. La ilustración probablemente enfrentaría los mismos problemas.

Tras contemplar estas ideas, y sin encontrar una adecuada solución mediante estos recursos, pensamos en una opción tipográfica: diversas tipografías, bold, light, con y sin patines; diferentes interlineados y tamaños e hipertextos.

El juego tipográfico se traduce también en experimentar con espacios positivos y negativos, es decir, “manchas” blancas y negras.

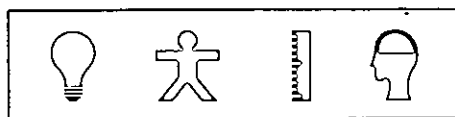
Aprovechando esta cualidad, comencé a bocetar, cuidando de no abusar de las generosidades tipográficas. Tres

fuentes, con sus variantes, fueron más que suficientes para conseguir buenos resultados.

Pero hacía falta una imagen en la página, un foco de atención. Decidimos que a través de los espacios negativos y positivos, y haciendo uso de la tipografía, podíamos representar figuras que tuvieran relación con la cabeza principal de cada reportaje:

1. ¿Qué es la inteligencia?
2. ¿Puede medirse lo indefinible?
3. ¿Existe la inteligencia colectiva?
4. ¿Qué entiende la ciencia?

Analizando cada pregunta, sin intentar encontrar una respuesta, me decidí por cuatro figuras: un foco, un humano, una regla un cerebro.



Los elementos de las páginas fueron constantes para poder darle una identidad a la serie:

1. El título de la serie
2. La cabeza de la página
3. Un texto introductorio, que es el que tomaría una forma especial
4. Un texto principal
5. Una entrevista
6. En algunos casos, un texto secundario
7. Un side bar
8. Hipertextos y globos (pequeños textos resaltados en la página)
9. Un pequeño calendario con información básica sobre cada entrega

Cada página tuvo su propia complejidad, pues aun habiendo definido estilos, los elementos variaban de una a otra.

A continuación desarrollo cada una de las partes de las cuatro páginas.

*Tres familias son suficientes para hacer contrastes tipográficos.*

*La tipografía utilizado para texto corrido fue Centennial. En el momento en el que se realizó esta serie, esta era la tipografía utilizada por todo el periódico en textos corridos (actualmente es la Sinergia). Después utilicé la familia Giza, tipografía con patines, y la familia Interstate, tipografía de palo seco. Cada una con sus variantes: itálicas, bold, condensadas y romanas. A la MScotch Roman, tipografía romana, la utilicé únicamente para el nombre de la serie, conservando así el estilo del periódico.*

Centennial

Giza Roman

Giza Roman Display

Giza Condensed Display

**Giza Black**

*Giza Italic Condensed Display*

*Giza Italic*

Interstate Light

**Interstate Back**

**Interstate Black Condensed**

**Interstate Black Compressed**

MScotch Roman

## Principales elementos tipográficos

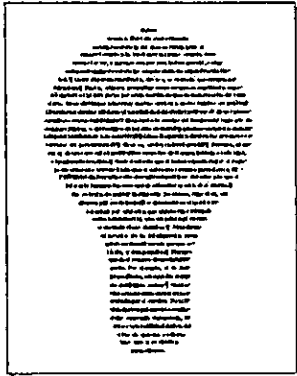
1. Título de la serie

UNA MIRADA ACTUAL

2. Cabeza principal

¿Qué es la inteligencia?

3. Texto introductorio



4. Texto principal

### Un concepto antiguo que busca su definición

Que a Sócrates lo hicieron pasar a mejor vida con una dieta de té de cicuta, y que aún tuvo tiempo de poner en orden sus deudas con Esculapio, es cosa bien sabida.

5. Entrevista

### LA IMAGINACIÓN

**K**ant sostiene que se conoce por vía de la razón, del entendimiento. Pero advierte: el andar del hombre en el mundo está mucho más afincado en su desear el mundo que en sólo conocerlo.

6. Texto secundario

### EL CEREBRO

¿Está usted consciente de sus sentimientos—incluso los sutiles—cuando los tiene? ¿Puede usted tomar el pulso de un grupo, o de una relación, y formular sentimientos no hablados?

7. Side Bar

### POR LOS MARES

En tiempos en que toda carta de navegación hace alusión a los océanos de Internet, empujar una galera por los mares de la etimología tiene sabor a nostalgia.

El vocablo *inteligencia* proviene, en efecto.

8. Hiper textos

La tendencia actual es aspirar a un entendimiento que no se separe ni de sensación ni de imaginación.

Por ejemplo, para resolver una analogía como la del abogado, primero se codifican los términos, se infiere la relación abogado/cliente, se traslada a la segunda mitad de la analogía y, finalmente, se completa.

9. Calendario

<p><b>LUNES</b></p> <p>¿Puede conocer la belleza?</p> <p>La historia del coeficiente intelectual</p> <p>La lógica del sentido común</p>	<p><b>MARTES</b></p> <p>¿Existe la inteligencia colectiva?</p> <p>Cien mil cabezas piensan... peor</p> <p>Del IQ al EQ: las emociones de la mente</p>	<p><b>MIÉRCOLES</b></p> <p>¿Qué tiempo ha pasado?</p> <p>¿Qué se sabe y qué se ignora</p> <p>El microscopio borra la belleza</p>
---	---	--

## 1. TÍTULO DE LA SERIE

*Este es un pequeño cabezal que titula la serie y a la vez da una continuidad gráfica.*

UNA MIRADA ACTUAL

## 2. CABEZA PRINCIPAL

*Es la cabeza general de cada página en la que se engloba el tema correspondiente. es decir, una cabeza diferente por cada día dependiendo del tema.*

*Primera parte*

**¿Qué es la inteligencia?**

*Segunda parte*

**¿Puede medirse lo indefinible?**

*Tercera parte*

**¿Existe la inteligencia colectiva?**

*Cuarta parte*

**¿Qué entiende la ciencia?**

En este caso utilicé tipografía Interstate black, ya que, al ser el elemento englobalizador de la página, tenía que ser de carácter pesado y contrastante. Es muy importante el cuidado del espacio entre cada letra ("kerning" y "tracking").



## ¿Puede medirse lo indefinible? (Segunda parte)

En este caso, la figura que utilicé fue una regla cuya silueta se logró utilizando contrastes tipográficos entre un tipo light y uno bold simulando la métrica de la regla.

Si lo dicen que tiene usted un IQ de apenas 120...

¿Lo insultan, lo adulan, o ninguna de las dos opciones?

¿Qué es el famoso coeficiente intelectual?

¿Qué mide? ¿Qué tan razonable es confiar en él?

La historia del IQ, de sus variaciones y mutaciones, de sus usos y sus críticos es más que anecdótica: ilustra bastante bien cuán difícil es el ejercicio de la metrología en cuestiones de la mente humana.

Cuenta, asimismo, cómo a partir de un ejercicio tan razonable como el de buscar un método para distinguir entre discapacitados e indisciplinados es posible rastrear la génesis de varias de las más influyentes teorías de la inteligencia en el siglo que está por concluir.

de Gauss, en términos mecánicos, de tal que la mayoría de la gente puede cruzar del centro de la escala, que es 100. Por ejemplo, dos de cada tres exámenes tienen un IQ entre 85 y 115, y 19 de cada 20 saca entre 70 y 130. Un IQ superior a 130 se considera superdotado, y uno debajo de 70 corresponde a deficiencia mental.

No obstante este cambio sustancial en las pruebas de capacidad mental, éstas —como otras de las llamadas pruebas estandarizadas— se escapan al cuestionamiento crítico respecto de qué tipo de habilidades miden son las que miden, con qué grado de confianza y dentro de qué marcos de referencia cultural, sociocultural y biológica. Es difícil aceptar que una prueba de IQ pueda reflejar con igual grado de confianza las habilidades intelectuales de un estudiante mexicano como Enrique Krause, un científico argentino como Woody Allen, o un atleta superdotado de las chabolas de Brasil, como Pelé. Algunos críticos sostienen que estos exámenes favorecen a individuos mejor acomodados en detrimento de quienes pertenecen a grupos sociales, raciales, étnicos o acomodados menos privilegiados.

Otros elementos de crítica tienen que ver con el hecho de que las pruebas evalúan la evolución intelectual del individuo, y hay quienes cuestionan —entre ellos los psicólogos Howard Gardner, entre otros, y Chabby C. Chabry—, estadísticas —que al menos observadas en los niños son necesariamente transparentes— en su vida adulta.

Al final, y en concordancia con la idea de modelar la inteligencia mediante un conjunto de habilidades, las pruebas del tipo Stanford-Binet han sido cuestionadas por varias formas —mayormente desarrolladas por el psicólogo estadounidense William V. Dillies— constructivas alrededor de habilidades que cambian capacidades diversas, de lo verbal a lo operacional.

loda la lógica deben ser matemáticas. Hay inferencias llamadas de sentido común, que apenas en los 80 se han empezado a sustituir en la lógica formal.

Cuando uno razona en matemáticas, parte de preceptos firmes y obtiene consecuencias. Así uno se como razonamos en la vida diaria. Por lo general, nos dan inferencias y hacemos inferencias, pero es posible que después nos llegue información que contradiga dichas inferencias. Algunas ocasiones, actuando así es la forma lógica de cambiar de opinión, de modificar nuestras creencias. Las inferencias de la vida diaria pueden ser así siempre deductivas.

¿Cuáles son los requisitos necesarios para decir que una persona es inteligente?

Cierta capacidad para reconocer algunos hechos básicos, como el mundo físico. Si A se deduce B, y A ocurre, entonces B ocurre. El 99,99 por ciento de la gente, a cierta edad de desarrollo mental, estadística y educativa, puede responder esto.

Más allá de este mínimo hay gente muy inteligente, pero incapaz de verbalizarlo. No se puede medir la inteligencia en una sola dimensión. Nuestro objetivo en lógica es decir si alguien es lógico en decir lo que extra-

TEORÍAS DE LA INTELIGENCIA

La idea de medir algo y otra es sabor cíclico. La crítica es que las pruebas estándar las impuestas a su vez otras creencias de parte teórica, como los modelos racionales y las teorías ocultas del pensamiento.

Silueta de la figura de un regla.

Texto que simula la métrica.

Percepción del texto introductorio contrastado con el resto del texto.

## ¿Existe la inteligencia colectiva? (Tercera parte)

Para este tema, utilicé una síntesis de una figura humana. Al igual que en la segunda parte, se logró a través del contraste tipográfico entre un tipo light y uno bold.

Silueta de la figura humana.

Dos cabezas, dice el clásico, piensan mejor que una. Pero tratándose de dos mil cabezas el dicho suena mucho menos obvio. ¿Existe tal cosa como la inteligencia colectiva? ¿Cómo se suman las inteligencias individuales para contribuir a la respuesta social? Si la pregunta respecto de la inteligencia individual, aislada, era ya ardua, el tema de la suma —ciertamente no aritmética— de inteligencias en diversos entornos sociales rebasa todo límite de complejidad. Lo cual lo hace aun más interesante. Tanto como las formas en que el comportamiento social responde a —y es influenciado por— el lenguaje en diversas formas: discurso político, oferta audiovisual, medios, rumores. Pero no sólo la inteligencia participa en la suma. Las celebraciones jubilosas de miles de aficionados a los deportes en las tribunas de los estadios, las ovaciones de los melómanos en las salas de concierto, la ira de quienes asisten a un mitin de protesta, las crisis nerviosas de los ciudadanos con cada temblor de tierra dan idea de lo que resulta de la suma de todo género de emociones multiplicadas en las multitudes ciudadanas. ¿Existe tal cosa como la inteligencia emocional? Pensadores de todo ámbito y de varias latitudes participan hoy en busca de algo de razón colectiva.

Así lució el texto introductorio restaltado a través de tipos bold.



# ¿Qué entiende la ciencia? (Cuarta parte)

En este último caso, la figura que apliqué fue la silueta de una cabeza humana simulando el cerebro a través de la forma del texto.

El de la ciencia es el reino de las definiciones. Cuanto más breves y sencillas, mejor. Con tal criterio, no se podía la que ubica a la inteligencia en el marco de la capacidad de resolver problemas. Punto. ¿Y más allá de la definición? ¿Cómo encara la ciencia el análisis de los procesos de neurofisiología, de diferenciación celular, de plasticidad social, de evolución de positrones? Al final, como al principio, como sea el humor el proveedor de la mejor luz. "Este lo podría entender un niño de cinco años", dijo Orsocho Marx. "¿Y qué? ¿Un niño de cinco años?"

Siluetta cabeza.

Texto simulando la posición del cerebro humano.

buenas ocultas, según la salud, están bien allí. El hábito de la lectura contribuye al buen desempeño.

¿Quién sigue el título del libro? Frankel: "Cómo elevar o cómo bajar?"

En a Frumkin de toda cultura en sus lecturas se le aparta a este recurso literario proposiciones de "ejemplo, que los llamamientos" más inteligentes que el cerebro de las masas facultado que el de los si razonamiento matemático que no halla de correlación está irremediable a la sorpresa sin

lo así, comunes en la debate confesional al término del ca de los pronombres sobre en ropajes de. El autor: "Bull Curve", sociólogos con acciones incalificables, sorprendente una di-valorar prome-llamaron y no-medios

ta, el mismo de-mente del se do, mediante (2) y las teorías pat- la inteligencia. Pe- par de técnicas, la magnitud más a las clasificación de posen- a a nivel natural ejemplo de la toma- de de positrones, solo sólo seque-uno de glucosa y com- ta

ta de funcionamiento para permanece aún a los y respuesta al debate — si memorio — en torno a Campana", la American benéficas encarga a un un reporte sobre lo que se se ignora acerca de la documentos, hecho polí- con-creta a cuestiones en responderse con lo que el sentido ha podido deter- más: cuáles son las con- de la inteligencia; qué son los resultados de las de- gencia; cuáles son los pro y ambientales que de- diferencias individuales; diferencias intelectuales en- cion, al es que la hay; y qué tener desde el ámbito de la

## A LA CULTURA

Las ciencias duras entraron en el beren- Lladadas en la tecnología: tomografías po- permiten medir con precisión flujo sangui- combustible ocular— y oxígeno en regiones; esta forma es posible examinar centros d- tras la mente está ocupada.

Bruno Estañol, neurofisiólogo mo- de este tipo de técnicas. "Apar- ciegos congénitos que leen li- saltadas se activaron las ri- mente empleadas por lo- mo el cerebro del ciego, tiempo se facilita li- para ver, los ciegos l- primera vez puede produce cambios bi- Mas no sólo de medi- so. Ha habido avan- llamadas "neurona- co estimulada cons- tiempo se facilita li- "Se supone que las- se del aprendizaje", d- ¿Puede hablarse, enton- inteligencia"? Según el- dos conceptos que están e- cómo el hombre llegó a ser li- homo erectus al homo sapie- empieza con el descubrimien- ción cultural del hombre. La me- cultura era diferente, y esa dife- r- gún hecho biológico, sino que en f- "Creo que la base de la intelligen- te del cerebro con la otra. Francia- ting Hypothesis, que a través de- cargas a 40 Hertz el cerebro está- das sus partes.

"Pero la neurofisiología no ha lleg-

-----

Los condicionantes están en el estudio de

Algunos trabajos de Arago dirigió el Laboratorio de Microbiología, en la Facultad de Ciencias de la UNAM.

¿Qué es la inteligencia? Puede decirse que la capacidad de adaptarse a una serie de circunstancias y poderlas resolver con soluciones originales, pero haciendo

El de la ciencia es el reino de las definiciones. Cuanto más breves y sencillas, mejor. Con tal criterio, no se podía la que ubica a la inteligencia en el marco de la capacidad de resolver problemas. Punto. ¿Y más allá de la definición? ¿Cómo encara la ciencia el análisis de los procesos de neurofisiología, de diferenciación celular, de plasticidad social, de evolución de positrones? Al final, como al principio, como sea el humor el proveedor de la mejor luz. "Este lo podría entender un niño de cinco años", dijo Orsocho Marx. "¿Y qué? ¿Un niño de cinco años?"

El papel de la nutrición en la inteligencia es oscuro. La malnutrición severa en la infancia claramente tiene efectos negativos.

Las pruebas estandarizadas no exploran todas las formas de inteligencia. Ejemplos obvios son la creatividad, sensibilidad, sentido práctico y sensibilidad.

## 4. TEXTO PRINCIPAL

*El texto principal lo conservé con las mismas características de un texto corrido, respetando así el estilo básico de la sección, es decir, Centennial en 9.3 puntos, respetando la interlínea de 10 puntos. La única variante fue que se utilizó una capitular en seis líneas bold y en la cabeza se utilizó el estilo utilizado en la sección: Giza Roman Display*

## Historia y tribulaciones del coeficiente intelectual

**N**o habiendo consenso en torno al concepto de inteligencia, es natural que haya desacuerdo en cuanto a que ésta pueda ser calculada.

Mas ¿quién dijo que es indispensable conocer con precisión la naturaleza de algo antes de someterlo a medición? El cronómetro ha existido por milenios sin que haya nacido mente capaz de definir satisfactoriamente el tiempo.

Poco sorprende, pues, que a fines del Siglo XIX, en la cresta de la ola de influencia positivista, en la era del reduccionismo campeón, se tuviera por válida la hipótesis de que la inteligencia —lo que quiera que se entendiese por eso—

fuera susceptible de cuantificación.

Pero ¿qué medir? Por años, Sir Francis Galton, sobrino de Charles Darwin, cosechó chelines a cambio del servicio público de medición de las que consideraba habilidades base de la inteligencia: discriminación de objetos por su peso, sensibilidad a los tonos musicales, cosas así.

El Ministerio de Instrucción Pública de Francia tuvo motivos más prácticos para ocuparse de la cuestión: les interesaba ser capaces de distinguir, objetivamente, entre aquellos estudiantes no aptos para la instrucción escolar por motivos de comportamiento, y los desdichados con habilidades mentales insuficientes. He aquí el origen de las primeras pruebas.

## 5. ENTREVISTA

*Este texto conservó las mismas características que el texto principal. La diferencia con el primero fue que apliqué una capitular de sólo cuatro líneas. Además, incluí una pequeña bandera titulando el género "Entrevista" con tipografía palo seco. El estilo de la cabeza fue en tipografía cursiva, Giza Italic.*

## ENTREVISTA

### *La lógica del fin de siglo busca el razonamiento del sentido común*

**R**aymundo Morado, investigador del Instituto de Investigaciones Filosóficas de la UNAM, es doctor en Filosofía y maestro en Ciencias de la Computación.

*¿Qué se entiende actualmente por inteligencia?*

La definición clásica es la capacidad para resolver problemas. En el área de lógica sería la capacidad de razonar, inferir cosas, partir de ciertos datos y obtener consecuencias. Hay áreas del razonamiento que son muy importantes para la inteligencia y que apenas estamos descubriendo. No toda inferencia ni toda la lógica deben ser matemáticas. Hay inferencias llamadas de sentido común,

que apenas en los 80 se han empezado a estudiar en la lógica formal.

Cuando uno razona en matemáticas, parte de principios firmes y obtiene consecuencias. Así no es como razonamos en la vida diaria. Por lo general nos dan información y hacemos inferencias, pero es posible que después nos llegue información que contradiga dichas inferencias. Apenas estamos estudiando cuál es la forma lógica de cambiar de opinión, de modificar nuestras creencias. Las inferencias de la vida diaria pueden no ser siempre deductivas.

*¿Cuáles son los requisitos mínimos para decir que una persona es inteligente?*

6. TEXTO SECUNDARIO

DE LAS NEURONAS  
A LA CULTURA

Las ciencias duras entraron en el berenjenal de la inteligencia montadas en la tecnología: tomografías por emisión de positrones que permiten medir con precisión flujo sanguíneo, consumo de glucosa — combustible celular— y oxígeno en regiones localizadas del cerebro. De esta forma es posible examinar centros de actividad específica mientras la mente está ocupada.

Bruno Estañol, neurofisiólogo mexicano, ilustra el potencial de este tipo de técnicas. “Apareció este año un estudio de ciegos congénitos que leen Braille. Al tocar las letras resaltadas se activaron las regiones occipitales, normalmente empleadas por los que sí ven. Eso muestra cómo el cerebro del ciego está organizado diferentemente. Aunque la región occipital esté alambrada para ver, los ciegos la utilizan.

*En este texto alteré las características básicas de un texto corrido. Cambié la Centennial por una Giza Roman en 12 puntos. La capitular fue de dos líneas y en tipografía romana. En este caso, el estilo de la cabeza fue en Interstate Black Condensed alterando el tracking de las letras.*

7. SIDE BAR

LAS CATEGORÍAS A EXAMEN

Las pruebas de medición de inteligencia ponen a examen categorías de capacidad intelectual como: pensamiento analítico (mediante el reconocimiento de analogías), visual (clasificación de términos similares), lógico-matemático (extrapolación de series de números) o transitividad de inferencias.

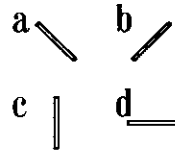
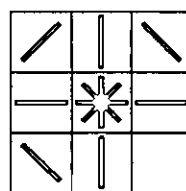
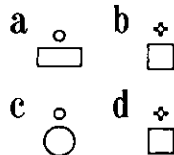
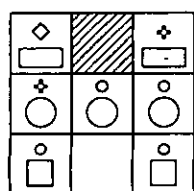
Estos ejemplos provienen de la prueba europea de IQ, accesible por internet en la dirección <http://cech.cesnet.cz/IQ/IQ-test-e.html>

**LÓGICO-MATEMÁTICA** *Añada al final de estas sucesiones el número que lógicamente sigue.*

1, 1, 2, 3, 4...

8, 6, 7, 5, 4...

**VISUAL** *Llene el vacío en el cuadro izquierdo con la imagen correcta (a, b, c, d) de la derecha.*



*El Side Bar tiene la función de complementar la información de alguna nota. En este caso, el texto tuvo características tipográficas muy parecidas al texto secundario, la diferencia la hizo la extensión y contenido de la información. En el caso específico de la segunda parte, incluí una pequeña prueba o test de "medición de inteligencia", la cual fue apoyada por gráficos.*

## 8. HIPERTEXTOS Y GLOBOS

Los hipertextos son un pequeño sistema de consulta de textos que permiten saltar de un documento a otro según caminos preestablecidos o elaborados con este fin.

De esta forma los hipertextos los utilicé con el fin de agregar información y para contrarrestar la monotonía de textos largos. Su aplicación fue de tres formas distintas: en globo y en recuadro positivo o negativo.

**Percepción, aprendizaje, memoria, razonamiento, resolución de problemas: la inteligencia es todos ellos y ninguno.**

**La tendencia actual es aspirar a un entendimiento que no se separe ni de sensación ni de imaginación.**

Hipertextos.

Sternberg tomó su primera prueba de IQ en 6° grado, pero le dio tal ansiedad que sólo pudo resolverla sentado entre niños de 5°. Azuzado, inventó su propia prueba de inteligencia. Años más tarde, sacó una nota mediocre en su curso de Introducción a la Psicología en Yale, antes de graduarse y pasar a ser uno de los teóricos más influyentes de la actualidad




Ejemplo: la cognición (operación) de relaciones (producto) semánticas (contenido) involucradas en reconocer la relación entre abogado y cliente en la analogía abogado:cliente::doctor:?




La psicometría es la rama de la psicología encargada de hacer mediciones de las aptitudes mentales, e interpretarlas




Globos.




## 9. CALENDARIO

En las cuatro partes presentamos un calendario en la parte inferior izquierda, anunciando las siguientes páginas de la serie y las ya publicadas, para que de esta manera, el lector pudiera enterarse de los temas que abordaría la serie completa. Repeti los dibujos de las figuras como identificativo de cada página, es decir, el foco, el cerebro, la regla y el humano.

 <p><b>LUNES</b> ¿Puede medirse la inteligencia? La historia del coeficiente intelectual La lógica del sentido común</p>	 <p><b>MARTES</b> ¿Existo la inteligencia colectiva? Cien mil cabezas piensan... peor Del IQ al EQ: las emociones de la mente</p>	 <p><b>MIÉRCOLES</b> ¿Qué intuye la ciencia? Qué se sabe y qué se ignora El microscopio borra la belleza</p>
---	--	---

 <p><b>AYER</b> ¿Qué es la inteligencia? Un concepto que busca definición La imaginación reclama derechos</p>	 <p><b>MARTES</b> ¿Existo la inteligencia colectiva? Cien mil cabezas piensan... peor Del IQ al EQ: las emociones de la mente</p>	 <p><b>MIÉRCOLES</b> ¿Qué intuye la ciencia? Qué se sabe y qué se ignora El microscopio borra la belleza</p>
--	--	---

 <p><b>DOMINGO</b> ¿Qué es la inteligencia? Un concepto que busca definición La imaginación reclama derechos</p>	 <p><b>AYER</b> ¿Puede medirse la inteligencia? La historia del coeficiente intelectual La lógica del sentido común</p>	 <p><b>MIÉRCOLES</b> ¿Qué intuye la ciencia? Qué se sabe y qué se ignora El microscopio borra la belleza</p>
---	--	---

 <p><b>DOMINGO</b> ¿Qué es la inteligencia? Un concepto que busca definición La imaginación reclama derechos</p>	 <p><b>LUNES</b> ¿Puede medirse la inteligencia? La historia del coeficiente intelectual La lógica del sentido común</p>	 <p><b>AYER</b> ¿Existo la inteligencia colectiva? Cien mil cabezas piensan... peor Del IQ al EQ: las emociones de la mente</p>
---	---	--

Ciertos elementos como el distintivo de las partes y las figuras se repitieron constantemente para lograr una identidad gráfica.

Los espacios blancos y la alteración del grid base fueron recursos importantes, ya que ayudaron a diferenciar entre una página normal de *Cultura* con este especial. La retícula base que utilicé fue de 12 columnas, aunque finalmente sólo se visualizan cuatro columnas principales. Los textos están divididos en dos y una columna.

El juego visual que provoca utilizar tipografía romana y sans serif resultó muy interesante, pues forma parte de la percepción de espacios negativos y positivos.

Considero que el resultado fue sumamente atractivo y distinto al habitual. Algunas veces, por pensar en hacer juegos tipográficos, terminamos por hacer una página poco legible. Todo lo contrario, en "Una mirada actual", logré incluir mucha información presentándola de diversas formas y de una manera sencilla.

Al ver las cuatro páginas terminadas, se percibe una coherencia y secuencia gráfica. Es un claro ejemplo de que la tipografía puede cumplir una doble función: la de informar y como imagen gráfica. No fue necesario utilizar fotografía ni una ilustración descriptiva, con sólo tres fuentes tipográficas se logró diseñar y comunicar.

PRIMERA PARTE

200 CULTURA REVISTA dominicana agosto de 1974

UNA MIRADA ACTUAL

¿Qué es la inteligencia?

Un concepto antiguo que busca su definición

Q uerá a Nietzsche la inteligencia es a saber más que a saber más que a saber más...

Según el autor, la inteligencia es un concepto antiguo que busca su definición...



Una ilustración que acompaña el texto.

La inteligencia es un concepto antiguo que busca su definición...

Según el autor, la inteligencia es un concepto antiguo que busca su definición...

LA IMAGINACIÓN RECLAMA SUS DERECHOS

De la Grecia Clásica al umbral del XXI, el filósofo Alfredo Troncoso repasa las aristas principales del erizo conceptual que ha sido, históricamente, la inteligencia

La imaginación reclama sus derechos... De la Grecia Clásica al umbral del XXI...

La imaginación reclama sus derechos... De la Grecia Clásica al umbral del XXI...

LA INTELIGENCIA EN LA HISTORIA

La inteligencia en la historia... Desde la Grecia Clásica hasta el presente...

La inteligencia en la historia... Desde la Grecia Clásica hasta el presente...

LA INTELIGENCIA EN LA HISTORIA

La inteligencia en la historia... Desde la Grecia Clásica hasta el presente...

La inteligencia en la historia... Desde la Grecia Clásica hasta el presente...

POR LOS MARES DE LA LENGUA

En tiempos en que cada carta de aceptación hace alusión a los océanos de la inteligencia...

LUZES

¿Qué es la luz? La historia del coeficiente intelectual. La lógica del sentido común.

MARTES

¿Qué es la inteligencia? Con el coeficiente intelectual, por el ID el IQ: las emociones de la mente.

MÉRCULES

¿Qué es la ciencia? El microscopio borra la belleza.

SEGUNDA PARTE

120 CULTURA REVISIÓN, lunes 11 de agosto de 1992

UNA MIRADA ACTUAL

¿Puede medirse lo indefinible?

Historia y tribulaciones del coeficiente intelectual

N o la habrán adivinado los temas del examen de inteligencia...

Por lo general, se le atribuye el origen de la prueba de inteligencia...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

La prueba de inteligencia...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

La prueba de inteligencia...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

El coeficiente intelectual (CI) es una medida de la capacidad intelectual...

La lógica del fin de siglo busca el razonamiento del sentido común

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

El pensamiento lógico, desarrollado por los filósofos...

LAS CATEGORÍAS A EXAMEN

Las pruebas de medición de inteligencia para examinar categorías de capacidad intelectual...

Los tipos de pruebas de inteligencia...

Los tipos de pruebas de inteligencia...

Los tipos de pruebas de inteligencia...

Los tipos de pruebas de inteligencia...

Los tipos de pruebas de inteligencia...

Los tipos de pruebas de inteligencia...

Los tipos de pruebas de inteligencia...

Los tipos de pruebas de inteligencia...

Los tipos de pruebas de inteligencia...

Los tipos de pruebas de inteligencia...

AYER ¿Qué es la inteligencia? Un concepto que busca definición. La imaginación reclama derechos.

MARTES ¿Existe la inteligencia creativa? Con mil cabezas piensan... por. Del IQ al EQ: las emociones de la mente.

MIÉRCOLES ¿Qué es el IQ? ¿Qué se sabe y qué se ignora? El microscopio borra la beta.

¿Qué es el coeficiente intelectual? ¿Qué mide? ¿Qué tan razonable es confiar en él? La historia del IQ, de sus variaciones y mutaciones, de sus usos y sus críticos es más que anecdótica: ilustra bastante bien cada etapa del ejercicio de la metacognición en cuestiones de la mente humana. Cienita, asimismo, cómo...

¿Qué es el coeficiente intelectual? ¿Qué mide? ¿Qué tan razonable es confiar en él? La historia del IQ, de sus variaciones y mutaciones, de sus usos y sus críticos es más que anecdótica: ilustra bastante bien cada etapa del ejercicio de la metacognición en cuestiones de la mente humana. Cienita, asimismo, cómo...

¿Qué es el coeficiente intelectual? ¿Qué mide? ¿Qué tan razonable es confiar en él? La historia del IQ, de sus variaciones y mutaciones, de sus usos y sus críticos es más que anecdótica: ilustra bastante bien cada etapa del ejercicio de la metacognición en cuestiones de la mente humana. Cienita, asimismo, cómo...

¿Qué es el coeficiente intelectual? ¿Qué mide? ¿Qué tan razonable es confiar en él? La historia del IQ, de sus variaciones y mutaciones, de sus usos y sus críticos es más que anecdótica: ilustra bastante bien cada etapa del ejercicio de la metacognición en cuestiones de la mente humana. Cienita, asimismo, cómo...

TEORÍAS DE LA INTELIGENCIA

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

La teoría de la inteligencia...

TERCERA PARTE

110 CULTURA ESTADÍSTICA, MARZO DE 1970, Nº 174

UNA MIRADA ACTUAL

¿Qué entiende la ciencia?

¿Qué quiere decir la ciencia? La ciencia es la búsqueda de la verdad... La ciencia es la búsqueda de la verdad... La ciencia es la búsqueda de la verdad...

Los problemas de la ciencia... La ciencia es la búsqueda de la verdad... La ciencia es la búsqueda de la verdad...

En la ciencia se afianza el método de las deducciones... Como una línea y sus curvas, como un río y sus meandros... La ciencia es la búsqueda de la verdad...

DE LAS NEURONAS A LA CULTURA

Las ciencias duras entraron en el berce de la inteligencia... Las ciencias duras entraron en el berce de la inteligencia... Las ciencias duras entraron en el berce de la inteligencia...

¿Puede hablarse, entonces de una 'fisiología de la inteligencia'? Segura el método, es complicado... ¿Puede hablarse, entonces de una 'fisiología de la inteligencia'?

Los condicionantes de la inteligencia están en el estudio del sistema nervioso... Los condicionantes de la inteligencia están en el estudio del sistema nervioso...

El avance de la ciencia... El avance de la ciencia... El avance de la ciencia...

El papel de la intuición en la investigación... El papel de la intuición en la investigación... El papel de la intuición en la investigación...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

El papel de la intuición en la investigación... El papel de la intuición en la investigación... El papel de la intuición en la investigación...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

UNA CURVA PELIGROSA, UNA CAMPANA DE ALARMA

Una curva peligrosa, una campana de alarma... Una curva peligrosa, una campana de alarma... Una curva peligrosa, una campana de alarma...

Una curva peligrosa, una campana de alarma... Una curva peligrosa, una campana de alarma... Una curva peligrosa, una campana de alarma...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...

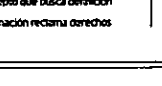
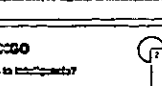
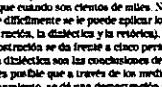
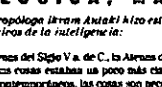
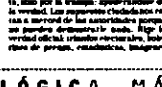
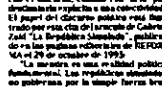
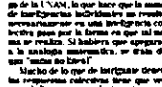
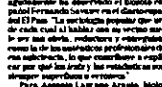
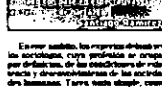
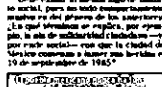
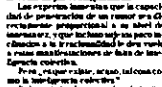
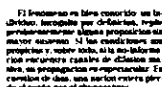
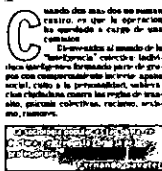
Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia... Los condicionantes de la inteligencia...



UNA MIRADA ACTUAL

¿Existe la inteligencia colectiva?

Si lo razonable se pudiera sumar...



de televisión, libros de texto, revistas...

Dos cabezas, dice el clásico, piensan mejor que una...

¿Existe tal cosa como la inteligencia colectiva?

Los medios caracterizan el nivel de complejidad intelectual de su auditorio...

En la lógica, más es menos...

El antropólogo Iltis Anzú hizo una análisis respecto de los momentos históricos de la inteligencia...

En la lógica, más es menos...

El antropólogo Iltis Anzú hizo una análisis respecto de los momentos históricos de la inteligencia...

En la lógica, más es menos...

Los medios caracterizan el nivel de complejidad intelectual de su auditorio...

En la lógica, más es menos...

El antropólogo Iltis Anzú hizo una análisis respecto de los momentos históricos de la inteligencia...

En la lógica, más es menos...

El antropólogo Iltis Anzú hizo una análisis respecto de los momentos históricos de la inteligencia...

En la lógica, más es menos...

El antropólogo Iltis Anzú hizo una análisis respecto de los momentos históricos de la inteligencia...

En la lógica, más es menos...

El antropólogo Iltis Anzú hizo una análisis respecto de los momentos históricos de la inteligencia...

En la lógica, más es menos...

En la lógica, más es menos...

El antropólogo Iltis Anzú hizo una análisis respecto de los momentos históricos de la inteligencia...

En la lógica, más es menos...

El antropólogo Iltis Anzú hizo una análisis respecto de los momentos históricos de la inteligencia...

En la lógica, más es menos...

El antropólogo Iltis Anzú hizo una análisis respecto de los momentos históricos de la inteligencia...

En la lógica, más es menos...

El antropólogo Iltis Anzú hizo una análisis respecto de los momentos históricos de la inteligencia...

En la lógica, más es menos...

El antropólogo Iltis Anzú hizo una análisis respecto de los momentos históricos de la inteligencia...

DOMINGO ¿Qué es lo básico? Un concepto que busca definición. La imaginación reclama derechos. AYER ¿Qué es lo básico? La lógica del sentido común. MIÉRCOLES ¿Qué es lo básico? El microscopio borra la belleza.

## 4.3 SOLUCIÓN DE UNA PORTADA MIXTA

La planeación de las portadas depende de muchos factores, pero el más importante es que es una sección diaria, y por lo tanto por cuestiones de tiempo, se debe optimizar el proceso de producción. Para esto, es importante que el diseñador este totalmente familiarizado con las características gráficas, de formato y contenido.

El contenido varía todos los días abarcando todo lo que entendemos por cultura, lo cual quedó especificado en el Capítulo 3. Por lo general, de martes a sábado, las portadas incluyen información del día, es decir, las historias son de carácter noticioso e informativo. Para la edición del domingo se prepara un material especial, este se planea con anticipación tanto gráfica como editorialmente. El domingo es un día en el que se genera muy poca información, por lo tanto los lunes, por lo general, se publica en la portada un pequeño reportaje.

La siguiente página que presento es un ejemplo de lo que pasa la mayoría de las veces en Cultura. Un día común y corriente entre semana, en el que ningún hecho es lo suficientemen-

te relevante como para desplegarse en toda la portada. Se cuenta con diferentes notas que por su importancia o por ser un tema novedoso o simplemente interesante pueden ocupar este espacio.

La planeación de la portada fue conjunta entre el Editor y el Coeditor Gráfico, entre los dos decidimos cuáles serían las notas para este espacio y la jerarquización de las mismas.

Decidimos llevar tres notas sobre distintos temas (música y literatura) y un promocional de una entrevista de páginas interiores.

Esta portada tiene cierto grado de complejidad gráfica ya ninguna de las historias fue planeada con antelación y por lo tanto las imágenes corresponden a ruedas de prensa, es decir, eventos públicos en los que se anuncia una noticia y en los cuáles están presentes diversos medios. Este no es el lugar óptimo para realizar trabajos fotográficos, ya que las condiciones naturales del evento, no lo permiten.

Este es un ejemplo en el que se incluyen varios de los estilos gráfico-editoriales de la Sección con ciertas adaptaciones para lograr un enriquecimiento visual.

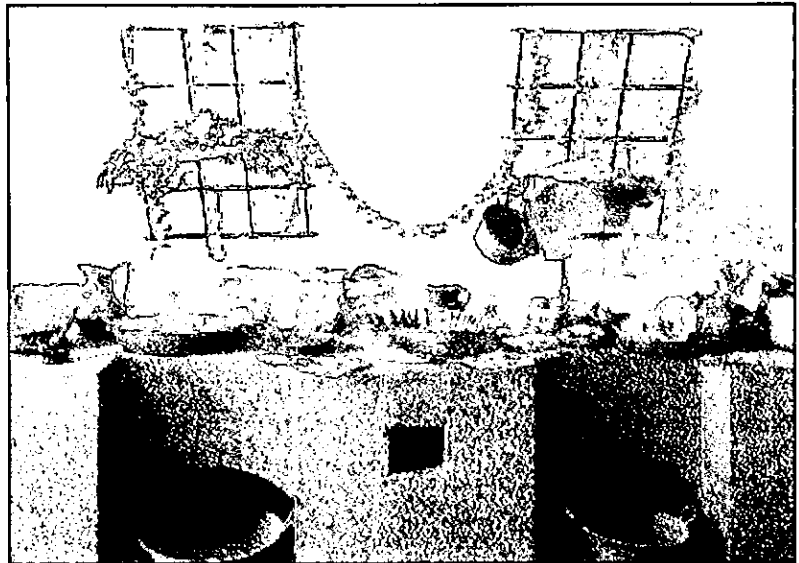
La nota principal, bajo el encabezado "¡Que delicia de información!" trata de que abren, por primera vez, una Biblioteca de Cocina Mexicana en la Ciudad de México. Este proyecto es realizado, por la UNAM y la Fundación Herdez, después de tres años de investigación.

El fotógrafo hizo fotos de la rueda de prensa, en donde los personajes principales son el Rector de la Universidad, y el Presidente de la Fundación y es el momento en el que se anuncia este nuevo recinto. No pudimos tener imágenes de la biblioteca, que hubiera sido lo idóneo, ya que el fotógrafo no tuvo acceso a este.

Procuramos que la nota principal abarque un espacio considerable en la página, esto se logra a través del equilibrio entre texto e imagen. En este caso específico, la fotografía no era lo suficientemente atractiva como para un formato grande. Por lo tanto, tuve que buscar otro tipo de imagen para acompañar esta nota.

La primera opción, y la más fácil era poner portadas de libros de cocina, pero no la consideré una buena solución porque corría el riesgo de incluir libros que no estuvieran en esta biblioteca. Entonces pensé en incluir una fotografía de una cocina mexicana. Después de buscar en diferentes libros y en el archivo digital encontré dos fotos que podrían funcionar. Trás bocetar, me decidí por la primera opción.

En la portada de Cultura se permite alterar los estilos básicos para lograr propuestas distintas, claro está que sin abusar de los mismos. Estas alteraciones corresponden esencialmente a cambios tipográficos y de grid. En este caso hice cambios de tipografía en el kicker, cabeza y balazo.



1.



2.



3.

*La última foto sólo documenta a los personajes responsables del proyecto. Ante este factor, decidí que era suficiente llevarlos en un pequeño formato*

*Estas son las tres imágenes que tenía para la nota principal.*

*La primera y segunda corresponden solo a un elemento ilustrativo para la nota. La tercera, corresponde al cuento en sí.*

*En cuanto a las primeras dos opciones, me incliné por la primera pues la toma abierta permitía hacer un diseño más display además de que hacía más énfasis en la cocina mexicana. De haber utilizado la segunda alternativa, hubiera resultado una simple foto que podría haber competido con la foto informativa.*

*Para utilizar la foto elegida, se "lavó" un poco el fondo (bajar los tonos negros de la foto) para que el texto pudiera ser leído sin ningún problema.*

En lugar de usar el Kicher Principal, (Giza Extra Bold en 24 pt), lo alteré a Giza Black, 24 pt. en small caps y con el "tracking" abierto. La cabeza principal está en tipografía itálica en lugar de la que corresponde al estilo, Giza Roman Display. Esta tipografía refuerza el carácter suave que se le dio a la nota.

## Balazo

Un banco de datos de más de 500 libros de recetas y 545 volúmenes, distinguen a este acervo único en su género y que no perdonará jamás la frase 'otra vez lo mismo'

Un banco de datos de más de 500 libros de recetas y 545 volúmenes, distinguen a este acervo único en su género y que no perdonará jamás la frase 'otra vez lo mismo'

El balazo también lo apliqué en un estilo en itálicas, para dar continuidad con la cabeza. y justificado al centro. Suprimí la pleca que va en la parte superior, pues ya en conjunto con las fotos estaba sobrada.

### ABREN BIBLIOTECA DE LA COCINA MEXICANA

# ¡Qué delicia de información!

Por Arturo Martínez Huelzo

Cuarenta chipiutanes, buros con pescado, carnes marinadas en tepalcates o moxal, molles y más molles, las mejores recetas para la recién nacida, cuál es su antiplo, qué quiere comer, porque no sólo de hamburguesas, pizzas y sushi vive y crecen los mexicanos jóvenes, junto con las fritadas y chiles, poseen uno de los tres rubros gastronómicos pilares de alta rumbos, riqueza y variedad.

Y para muestra un botón informático. Desde ayer, abierta a todo el público, se encuentra la Biblioteca de la Cocina Mexicana con un banco actual de datos computarizados conformado por más de 500 libros de recetas de comida mexicana prehispánica, colonial y reactualizadas.

El proyecto, realizado de manera conjunta a lo largo de tres años por la UNAM y la Fundación Heriberto, fue presentado ayer por el Rector de la UNAM, José Sarukhán, en la Biblioteca Manuel Sandoval Vázquez del Museo Universitario, recinto que es sede temporal del acervo gastronómico.

Antes en su género, tanto por el número de libros reunidos —545 títulos distintos, el más antiguo data de 1786, repartidos en 643 volúmenes escritos tanto en español como en náhuatl, maya, náhuatl y chino—, la Biblioteca de la Cocina Mexicana, después de una ardua y costosa búsqueda de libros de gastronomía nacional, fue enriquecida en un archivo computarizado al cual se puede acceder de diferentes formas.

Ya sea por títulos, autores, ingre-



Enrique Hernández Pons y José Sarukhán.

Un banco de datos de más de 500 libros de recetas y 545

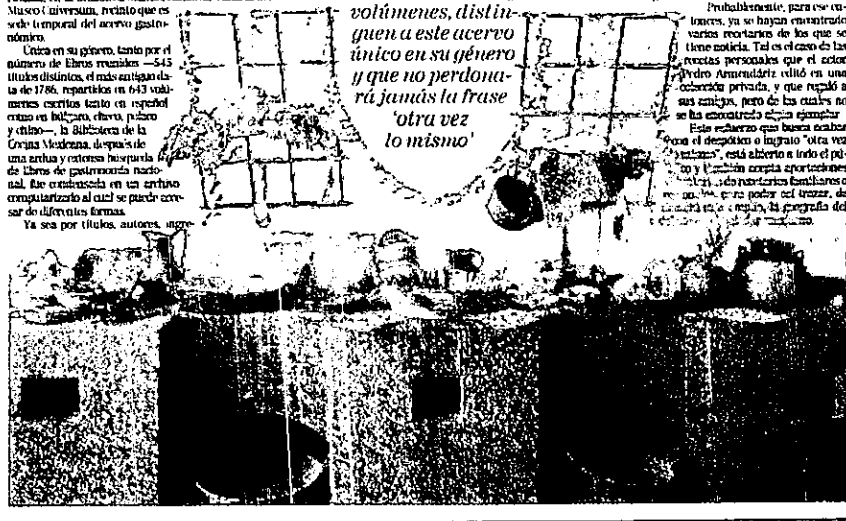
volúmenes, distinguen a este acervo único en su género y que no perdonará jamás la frase 'otra vez lo mismo'

dientes, regiones, comidas para ciertas ocasiones — bautizos, bodas, fiestas —, cualquier búsqueda puede realizarse a través de la base computarizada que fue presentada por los coordinadores del proyecto, Fernando Moreno Martínez, director del Programa Universitario de Alimentos, y María Dolores Andrade, coordinadora de la Biblioteca Manuel Sandoval Vázquez.

Otra fuente de información del nuevo acervo son los documentos —edvendas en periódicos y revistas— que surgen hasta el momento mil 950. En este segmento se encuentra, hasta el momento, la receta más antigua de la Ciudad de México en el siglo XVIII. Enrique Hernández Pons, presidente de la Fundación Heriberto, informó que esta primera etapa del proyecto se verá concluida cuando, a mediados de 1997, se abra la sede definitiva que se localizará en Seminario 18, Centro Histórico, Yucatana. El director CIO realizó personalmente la selección en 10 tomos, de "La cocina mexicana a través de los siglos".

Probablemente, para entonces, ya se hayan encontrado varios recetarios de los que se tiene noticia. Tal es el caso de las recetas personales que el actor Pedro Armendáriz vivió en una celebración privada, y que regaló a sus amigos, pero de las cuales no se ha encontrado copia alguna.

Este esfuerzo que busca reunir para el después o legado "otra vez lo mismo", está abierto e invite al público y también acepta aportaciones de todos los rubros familiares o regionales para poder así trazar, de manera más completa, la geografía del



La segunda nota, con una extensión de 4000 cc, es de Michael Nyman, pianista británico que llega a México para presentarse a la Sala Nezahualcóyotl. Ofreció una rueda de prensa un día antes de su presentación, y por lo tanto, las fotos con las que contaba eran de ese evento. Cuando son fotos de rueda de prensa, es muy predecible el formato de las mismas: una mesa con tres o cuatro personas sentadas y con un micrófono al frente. El reto del fotógrafo es conseguir un ángulo distinto para que la foto no resulte convencional.

Y así fue, el trabajo del reportero gráfico fue bueno, la expresión del pianista ameritó un formato grande.

La tercera nota anunciaba la llegada a México de "The Dictionary of Art", el diccionario de artes visuales más completo editado en Londres, resultado de una investigación de 10 años. La única imagen con la que contaba era una foto incluida en la propaganda proporcionada por la galería encargada de su distribución. La foto era una toma de los 34 volúmenes que integran el diccionario. Anexo a la nota se incluyó una pequeña tabla con información numérica complementaria al diccionario.

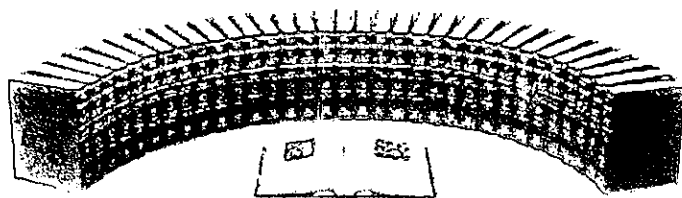
Existía una cuarta nota de un reconocimiento que se le hizo al escultor Sebastián por sus treinta años de labor, nota de 3500 caracteres, que, evidentemente, ya no tenía cabida en la portada. Decidimos publicarla en la página tres, pero incluir un pequeño promo en el área viva de la portada (esto significa el espacio en donde se incluye la información editorial) para no restarle importancia al acontecimiento.

Esto se hace solamente cuando la nota lo amerita y en el caso en el que la sección cuente con más de seis páginas.



*Para la nota de Michael Nyman, tenía tres opciones fotográficas. Escogí la más expresiva, el movimiento de manos fue importante en la decisión para enfatizar que es pianista. Cuidé el encuadre para hacer la foto lo más expresiva posible.*

Foto y encuadre final



*Para la nota del diccionario de artes visuales, al contar nada más con una foto proporcionada por los organizadores del evento, se silueteó y se le integró una sombra en la parte inferior, este trabajo corresponde al Departamento de Fotoarte.*

*La sombra la utilizamos en Reforma bajo el concepto de convertir en "objetos" ciertas imágenes como son las pinturas, libros y esculturas.*

### Números de arte

Volúmenes	34
Artículos	41 mil
Páginas	32 mil 600
Colaboradores	6 mil 700
Países de procedencia	120
Ilustraciones	15 mil
Citas bibliográficas	300 mil

Una tabla proporciona datos y cifras.



*Para el promo de Sebastián, contaba con diferentes imágenes proporcionadas por el mismo autor. elegí una representativa del autor y que tuviera un formato que se adaptara a las necesidades del layout. Aproveché la base de la escultura para calar el texto en blanco.*



Finalmente, sólo se incluyó un pequeño texto en la oreja sobre una nota sobre Salman Rushdie incluida en la página 5. Este es un espacio que se usa todos los días para promocionar alguna nota interior.

Aún estando definidas la jerarquización de las notas y las fotos, siempre estudio diferentes opciones para sacar el mejor provecho de las fotos y obtener como resultado un layout atractivo.

Hay tres puntos importantes para determinar el layout definitivo:

1. La mancha gris de la página, es decir el gris visual en el que se convierte el texto. Éste se contraresta con las imágenes y con frases especiales como fue el caso de la segunda nota.
2. El control de las fotografías, es decir, diferentes tamaños y posición.
3. El control de las cabezas, quiero decir que también haya una jerarquización en cuanto a tamaño de cabezas.

El layout final le da una agilidad especial a la página, ya que el orden de lectura es muy evidente, pero todas las notas tienen una presentación que invita al lector.

Solamente hay dos fotografías hechas por foto reporteros de Cultura, procuré que la mejor imagen tuviera una posición y tamaño relevantes.

El resultado es una página que ofrece cinco bloques informativos (incluyendo promos) con versatilidad de imágenes y que se hizo en el proceso de una tarde haciendo uso de fotografías generadas en el día y fotografías de archivo. Es una página que sin ser noticiosa ofrece información interesante. Este es un ejemplo muy representativo de la dinámica de trabajo en la Sección Cultura y de como se puede aprovechar el espacio al máximo.

SOLUCIÓN FINAL

SECCION C
REFORMA
Jueves 14 de noviembre
de 1996

CULTURA

Problema Resuelto
El Ministerio de Dinamización Cultural con el apoyo de 'Las Versos Satánicos' y la entrega del Premio Aristón (30)

Editorial: Editorial Reforma. Circulación: 100 mil ejemplares. Dirección: Avenida Reforma 144, México, D.F. Tel. 52 55 52 11 21 21. Fax: 52 55 52 11 21 21. E-mail: cultura@reforma.com.mx

ABREN BIBLIOTECA DE LA COCINA MEXICANA

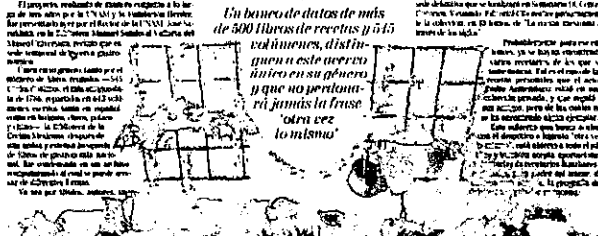
¡Qué delicia de información!

Por Andrea Martínez de Huelga
Cocinas, recetas, cuentos para niños, artículos, historias, recetas, recetas... cualquier información que se pueda utilizar para la cocina mexicana...



El grupo de autores de la obra...

El grupo de autores de la obra... En la imagen se puede apreciar a los autores de la obra...



El pianista británico se presenta hoy y mañana en la Sala Nezahualcóyotl...

Impuro y diverso, suena a Nyman

El pianista británico se presenta hoy y mañana en la Sala Nezahualcóyotl para ofrecer un programa en el que quiere demostrar que su música no sólo es la de la película 'El Piano'.



Llega a México el más completo diccionario de artes visuales

Por María Bello
"Queremos celebrar la historia del arte en la V y la 2ª de la ciudad y es el compromiso de todos los que se dedican al arte en México..."

Por José Antonio Sandoval
El piano de Nyman es un instrumento impuro y diverso, suena a Nyman...

Por José Antonio Sandoval
El piano de Nyman es un instrumento impuro y diverso, suena a Nyman...

"Mi intención como músico formado dentro del género clásico, es reconocer lo bueno que hay en Vivaldi, Beethoven, incluso en la música de Mariah Carey..."

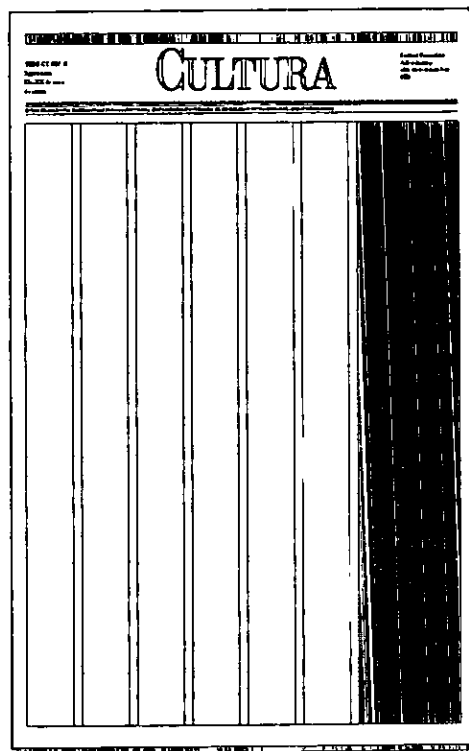
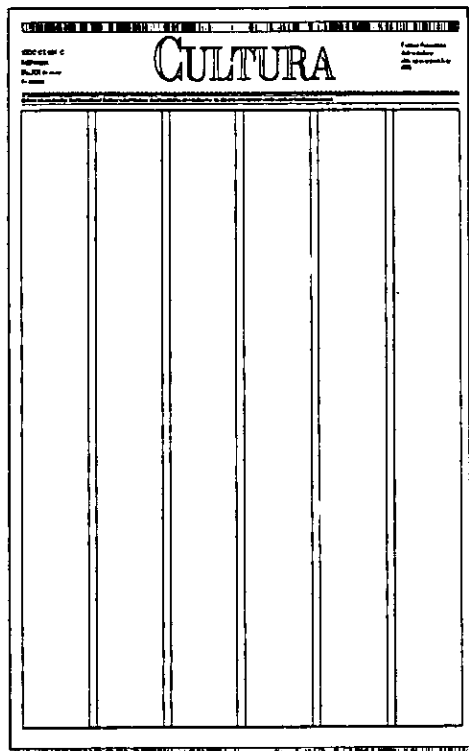
SEBASTIAN Responso 30 años de esudior (30)

El grupo de autores de la obra... En la imagen se puede apreciar a los autores de la obra...

## 4.4 OTRO EJEMPLO

Como ya sabemos, la retícula base es de seis columnas, pero en este caso el gríd cambia a ocho columnas pues "Lluvia de letras" ocupa un espacio de dos columnas de 00 (es decir, dos columnas en una retícula de ocho).

El espacio restante es de 6 columnas de 00, lo que significa 706 pt de ancho por 1330 de alto.



Los recursos para ilustrar una página son diversos y el criterio para elegir el más adecuado es básicamente por el contenido de la nota.

Por ejemplo, en el caso de una entrevista con algún escritor lo más común es mostrar la personalidad del entrevistado y su entorno. El reportero generalmente va acompañado de un fotógrafo a la entrevista. Una vez ubicado el contexto en el que se encuentran, se estudia la forma de hacer un trabajo fotográfico diferente al habitual. En la medida en que el reportero va haciendo preguntas, el fotógrafo se va sensibilizando acerca del tema, y así va improvisando fotos. En estos casos es casi seguro que se va a contar con material interesante.

Otro ejemplo es una nota sobre alguna representación de ópera. La cobertura fotográfica de este evento se hace durante el ensayo general, el cual se se lleva a cabo con el vestuario y la escenografía completa, por lo tanto se va a contar con fotos fieles de la puesta en escena y seguramente serán espectaculares.

En estos dos casos la forma de ilustrar es, en definitiva, con fotografía.

Pero hay otras veces en que el tema por sí mismo no se presta para tener una fotografía, o en su defecto, o no se pudo conseguir la foto adecuada, o la única foto que funciona, resulta aburrida.

Este es el caso de la siguiente página. Es un reportaje que trata de que a partir de septiembre las editoriales mexicanas privadas participan, después de 38 años de ausencia, en los programas de educación pública, editando 680 libros de texto gratuito para la educación secundaria.



En este caso no hubo una planeación anticipada, el texto fue entregado un domingo para publicarse al día siguiente. La fuente de la reportera no proporcionó ninguno de los libros. Por lo tanto no contaba con imágenes de las portadas, y aunque se hubieran tenido tal vez no hubiera sido una opción atractiva.

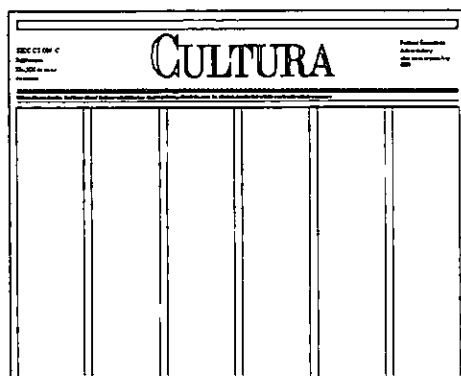
Lo único que pudo conseguir la reportera fueron las portadas más recientes de los libros de texto gratuito de educación primaria. Pero este material no ilustraba el contenido de la nota.

Pensé en un fotoarte en donde sólo hubiera libros que sugirieran "educación" y "textos gratuitos para secundaria". Al pensar en su realización, me di cuenta que si la intención era interpretar, lo mejor sería hacer una ilustración.

Tras leer varias veces la nota y comentarla con la editora y la reportera, concluimos otros puntos importantes que ayudarían a ilustrar: no sólo es "la publicación de libros de texto gratuitos para secundaria", sino el beneficio que obtendrán miles de alumnos y el logro que implican estas publicaciones para la educación. Son 680 títulos para 30 materias, lo que implica que no sólo es una opción la que se le ofrece al maestro y al alumno, sino que además se garantiza un promedio de 22 libros por materia. Y así lo concluye la cabeza: "Nuevo horizonte editorial".

Posteriormente, el ilustrador leyó el texto para después comentar las ideas. Finalmente concretamos hacer una ilustración que tuviera rasgos editoriales y que no fuera totalmente descriptiva.

La idea principal fue retratar el "horizonte editorial". Cuando el ilustrador presentó el primer boceto notamos que hacía falta la presencia de todos esos alumnos que finalmente contarán con libros de texto gratuitos. Li-



Así luce una sección doblada, y es así como se encarta en el periódico. Es importante que en esta mitad exista información editorial pues en el momento que el lector revisa el periódico, esta es la parte a la que se enfrenta.



En este boceto muestro, en el lado izquierdo, el espacio que ocupa el texto principal sin diseñar.

Del lado derecho está la columna "Lluvia de letras" diseñada con sus estilos correspondientes y la viñeta hecha para esta columna.

Se puede visualizar el espacio con el que se contaba para diseñar la nota principal.

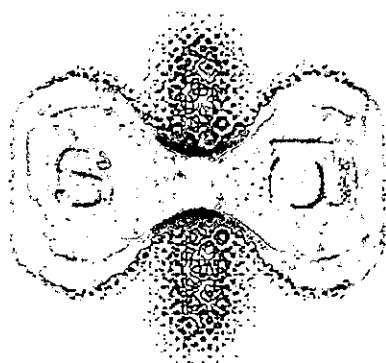


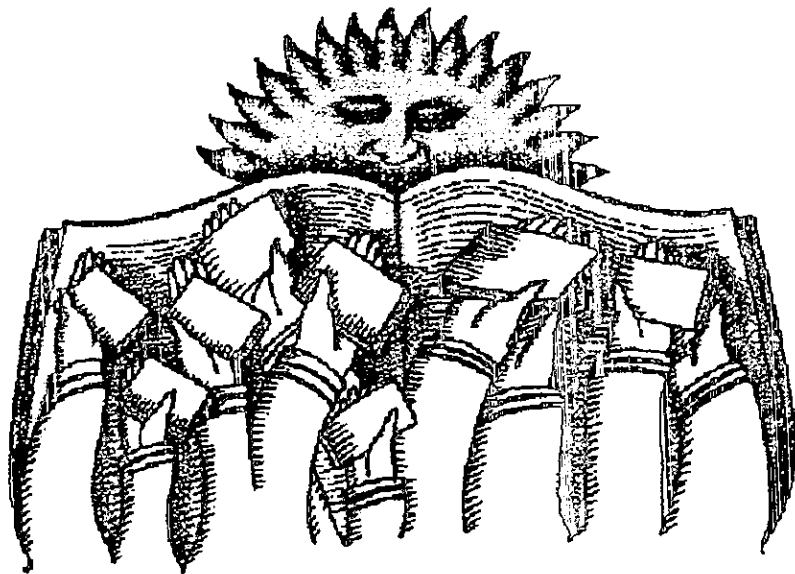
Ilustración correspondiente a "Lluvia de letras"

*Este es el resultado final del diseño de la cabeza y el balazo.*

*Este último lo incluí inmediatamente abajo de la cabeza en siete pisos y en mayúsculas, con una interlínea más grande de lo normal y separadas las líneas de texto por plicas de .5 puntos de color rojo.*

# Nuevo horizonte editorial

LAS EDITORIALES PRIVADAS MEXICANAS PARTICIPAN, DESPUÉS DE 38 AÑOS DE AUSENCIA, EN LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN PÚBLICA, EDITANDO 680 TÍTULOS DIFERENTES PARA 30 MATERIAS; INCORPORÁNDOSE ASÍ AL MERCADO DE LIBROS BÁSICOS, 'EL MÁS IMPORTANTE DEL MUNDO'



*Así lució la ilustración final en donde el horizonte fue ejemplificado por un libro con un sol. En la parte de abajo se ilustró con manos de gente indistinta representando los estudiantes demandando libros de texto.*

teralmente había que integrar el libro, considerado el elemento principal, y el alumno; la ilustración podía complementarse con la cabeza incluyendo gráficamente "el horizonte".

El espacio con el que contaba no era la página completa, pues los lunes se publica en portada la columna "Lluvia de letras" (salvo algunas excepciones), la cual presenta un contenido de orden poético-literario. Es acompañada de una ilustración hecha especialmente para este espacio. La inclusión de esta columna implica restringir el espacio del resto de la información, pues ocupa un ancho de dos columnas de 00 por el alto total de la página.

El paso siguiente fue definir con el ilustrador el formato y posición del gráfico: una ilustración horizontal ubicada en la parte superior de la página.

Al manejar este tipo de layout hay que tener cuidado que al doblar la página por la mitad (como se hace con todos los periódicos de tamaño sábana), exista información editorial en la mitad superior.

Así, calculé el tamaño de la ilustración y boceté la página. El kicker quedó colocado inmediatamente abajo de la ilustración; en seguida la cabeza (en tres pisos) y el balazo, ambos en medio del texto, con el fin de romper el gris que genera el texto corrido.

Considero el resultado interesante, pues a pesar de la gran cantidad de caracteres incluidos, tanto por la nota como por "Lluvia de letras", no se nota una saturación de texto y se definen espacios negativos y positivos.

La ilustración fue atinada, ya que refleja el mensaje principal de la nota. Además de que es evidente la coordinación gráfica-editorial, pues hay una estrecha relación entre kicker, cabeza e ilustración.

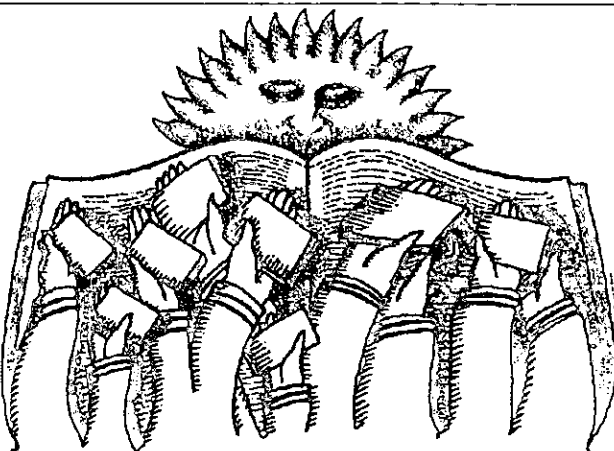
SOLUCIÓN FINAL

SECCION C
REFORMA
Lunes 25 de agosto
de 1967

CULTURA

Festival Cervantino:
El director Sergio Vela
deseará quitarle la
etiqueta de elitista (46)

Subscripción: \$1.000 al mes, \$10.000 al año, \$20.000 al extranjero. P.O. Box 1000, México, D.F. Tel. 52-10-10-10. Cuentas de depósito en el Banco de México.



Publican más de 4 millones de libros para secundaria

Por María Guadalupe

El mundo de la cultura de México... la industria editorial mexicana... el mercado de libros para secundaria...

Nuevo horizonte editorial

Las editoriales privadas mexicanas participan, después de 38 años de ausencia, en los programas de educación pública, editando 680 títulos diferentes para 30 materias...

La industria editorial mexicana... el mercado de libros para secundaria... la participación de las editoriales privadas...

LLUVIA DE LETRAS

Por Alfredo Castañón y Mirella Puente

LUPIZA Álvarez

El mundo de la cultura de México... la industria editorial mexicana... el mercado de libros para secundaria...

LUPIZA Álvarez

El mundo de la cultura de México... la industria editorial mexicana... el mercado de libros para secundaria...

LUPIZA Álvarez

El mundo de la cultura de México... la industria editorial mexicana... el mercado de libros para secundaria...

LUPIZA Álvarez

El mundo de la cultura de México... la industria editorial mexicana... el mercado de libros para secundaria...

El mundo de la cultura de México... la industria editorial mexicana... el mercado de libros para secundaria...

El mundo de la cultura de México... la industria editorial mexicana... el mercado de libros para secundaria...

El mundo de la cultura de México... la industria editorial mexicana... el mercado de libros para secundaria...

A lo largo de estos años, mi mayor experiencia en el Periódico *Reforma* ha sido el descubrimiento de una importante vertiente que comienza a desarrollarse en este medio de comunicación: el periodismo visual. Hasta hace unos años, este campo era totalmente desconocido, o por lo menos no abarcado, por el área de la comunicación gráfica. Lo que para mí comenzó como un experimento, pronto se convirtió en un reto, para luego pasar a ser una especialización. Esta experiencia ha complementado mi aprendizaje universitario, mismo que ha sido una constante por poco más de cinco años. El diseño de periódicos es un trabajo reciente, por lo que se encuentra en manos de gente joven. Hoy por hoy, puedo afirmar que el diseñador o comunicador gráfico comienza a ser reconocido en este medio, pues está comprobado que la imagen es complemento del contenido.

Diferentes ramas de la comunicación gráfica se hacen presentes en la edición del diario: diseño editorial, tipografía, ilustración, fotografía, teoría del color y medios de impresión principalmente. La tarea ha sido aplicar mis conocimientos, adecuarlos al medio del periodismo y darles un uso apropiado. Para llegar a esto ha sido importante el proceso de trabajo que he ido afinando con el tiempo. Este proceso incluye, además del absoluto conocimiento y control del método de operación unificado para todo el periódico, el mantener una estrecha relación con cada uno, de las personas involucradas en la producción; documentarme acerca del tema y los personajes antes de diseñar; revisar otras ediciones, es decir, periódicos y revistas; aprovechar al máximo el trabajo del reportero gráfico y estudiar siempre la posibilidad de crear gráficos o infografías que enriquezcan la información.

De esta forma, como comunicadora gráfica, he tenido la oportunidad de proponer y llevar a cabo ideas, así como de desarrollar proyectos distintos a la edición diaria, como son: la realización del Reporte Especial por la muerte de Octavio Paz y el de la muerte de Jaime Sabines; la serie Medios de Consumo Cultural en la Ciudad de México, publicada durante seis días consecutivos y que he realizado por cuatro años; diversos reportajes como "Una mirada actual", que ejemplifico en el capítulo 4, y "Mennonitas, la nación de la utopía", entre otros; distintos suplementos, algunos bimestrales y otros anuales, por ejemplo, "Crónica", suplemento dedicado a la ciudad de México; "Octavio Paz", conmemorando sus 80 años de vida; "Muchas Lecturas", dedicado a la Feria del Libro del Palacio de Minería; "FIL '99", dedicado a la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, y "Más Cerca", suplemento bimestral cuyo contenido abarca la cultura, política, economía y sociedad de diversos países; además el libro "Ya vamos llegando a México" coeditado por Editorial Diana y *Reforma*, cuyo diseño estuvo bajo mi responsabilidad y la edición fotográfica y pre prensa bajo mi supervisión.

Ha sido una tarea difícil la de unificar criterios editoriales y gráficos para lograr el objetivo: encontrar un lenguaje sencillo y una estructura fácil para transmitir los mensajes.

Para lograrlo, es necesario no sólo pensar como diseñador, sino también como lector, no dar por hecho que el público conoce a los personajes o que reconoce la obra de un artista, por ejemplo. Tampoco se debe perder de vista que el periódico es un servicio y que uno de los fines como responsable de una edición es ganar lectores. La versatilidad de imágenes y de contenido son una herramienta clave en este aspecto.

Existe una gran responsabilidad sobre las decisiones, rediseños y propuestas, mismas que no son aleatorias, sino que son fundamentadas en los contenidos de las historias y basadas en los aciertos y errores obtenidos con anterioridad.

Además, ha sido muy importante tanto entender el significado del periodismo y su repercusión en la gente, como aprender cuáles son los diferentes géneros periodísticos (por formato y contenido) para poder utilizar en cada uno el recurso gráfico adecuado.

Conocer los límites de trabajo y producción del periódico ha sido fundamental para lograr calidad. Por ejemplo, el resultado de la impresión de la prensa con el papel periódico es de una determinada calidad: se sabe que no se pueden obtener colores brillantes y las fotografías deben estar trabajadas a una determinada resolución. Cualquier descontrol en estos aspectos puede demeritar la publicación. El tiempo es otro factor determinante para el producto. La optimización del trabajo es el mejor aliado y lo he logrado gracias a la labor en equipo y aprendiendo a delegar responsabilidades. He creado una conciencia de lo que el tiempo significa: la edición debe salir temprano a la venta. Un buen producto deja de ser bueno si llega tarde a las calles o a las casas. La gente ya no lo lee.

Los avances tecnológicos han sido de gran repercusión en la industria editorial. He tenido la oportunidad de trabajar con una tecnología altamente avanzada que me ha permitido lograr un producto de generosa condición. Mi aprendizaje en esta rama ha sido muy significativo, pues aun sabiendo que la computadora es sólo una herramienta, su adecuado aprovechamiento me ha permitido un mejor desarrollo en mi labor. En cuanto a diseño editorial proporciona, principalmente, rapidez y optimización de recursos, no hay necesidad de formar galeras ni de pegar fotografías a mano: en cuanto a otras áreas dentro del diseño, permite la digitalización y manipulación de la fotografía y la manufactura de gráficos.

La labor de diseño desempeñada por el periódico *Reforma* ha sido de gran trascendencia, no sólo nacional, sino también internacional. Ha sido reconocido por tres años, por la Society of Newspaper Design (SND), como uno de los veinte mejores periódicos diseñados en el mundo. Cultura ha tenido la fortuna de haber sido reconocido con cinco premios, tres de ellos como diseño, uno como fotoarte y otro como ilustración. Estos reconocimientos representan un gran estímulo para continuar con el reto cotidiano.

Todavía hay quienes continúan buscando aquellos periódicos de formato tradicional y que no se acostumbran al periodismo visual, finalmente el lector es libre de elegir. Pero reitero que parte de mi aprendizaje radica en que, mediante el diseño editorial, puedo ofrecer una opción distinta en donde la imagen cobra fundamental importancia.

El trabajo que he desempeñado como comunicadora gráfica ha sido muy satisfactorio, pues como apunté en un principio, se ha convertido en una especialización de mi carrera.

Encuentro gratificante el hecho de que es una labor de producción rápida, es decir, la mayoría de las veces el resultado del trabajo se encuentra al día siguiente por las calles, en manos de miles de transeúntes que quieren informarse y tomar decisiones.

He aprendido a codificar la información y conocer el perfil del lector de Cultura para así contar las historias del modo más sencillo y claro.

\*\*\*

Esta tesis es una recopilación de más de cinco años de labor, en donde hago un planteamiento teórico de lo que realizo en la práctica. En este trabajo no sólo documento mi experiencia, sino que hago una revisión del periodismo como medio de comunicación, su repercusión y evolución gráfica. Fue necesario investigar sobre este tema en diferentes publicaciones, pero me fue difícil encontrar documentación sobre diseño editorial en México y, aun más difícil, sobre diseño en periódicos. Es muy escasa la bibliografía sobre esta rama, la mayoría es extranjera y poco actualizada. Hace falta una investigación profunda e incisiva de lo que ha sido el desarrollo gráfico en el periodismo en México y en el mundo, ya que el periodismo es una labor de más de 100 años, durante los cuales forzosamente el diseño editorial tuvo que tener una evolución paralela.

Visualizo la rama del diseño editorial como una importante vertiente de la carrera de Comunicación Gráfica y como una de las más completas, ya que diferentes disciplinas del diseño interactúan en este espacio. Por lo tanto, considero que debería hacerse una revisión del plan de estudios de esta licenciatura para lograr una mejor preparación de los alumnos en esta área, de manera que la aportación del recién egresado sea mucho más enriquecedora en el ámbito profesional.

Es importante crear conciencia en el alumno de la importancia que tienen los medios impresos y cuáles son los campos que abarcan: periódicos, revistas, folletos y libros, por mencionar algunos. Asimismo, es necesario aprender por qué se elige una retícula, una fotografía y una tipografía determinada, ya que mi experiencia me indica que no es una elección aleatoria, sino basada en estudios y conocimientos; hacer conciencia de la repercusión de nuestra profesión y, en el caso específico del diseño en medios impresos, la estricta relación del contenido con su forma visual. Definitivamente se requiere tener un ritmo de trabajo universitario más cercano a los tiempos reales.

A la vez, considero importante la actualización en cuanto a medios tecnológicos, dado que la computadora es usada como una importante herramienta en el mundo del diseño y los medios de impresión y reproducción han evolucionado.

Con esto concluyo que la presencia del Comunicador Gráfico en el medio periodístico ha cobrado importancia en México y la transmisión de información a través de imágenes también tiene cabida en este género. Nuevas publicaciones periodísticas han abierto este espacio en el que el Comunicador o Diseñador Gráfico tiene mucho que aportar.

Ahora nuevos medios comienzan a interesarse por tener diseñadores y comunicadores bien preparados en esta área; de esta forma, se comienzan a abrir nuevos campos de trabajo y desarrollo. Es por esto que reitero mi inquietud en mejorar la preparación a nivel licenciatura y posgrado dentro de esta rama. Se requiere de profesionistas y no de profesiones.

- Baena, Guillermina. *Manual para elaborar trabajos de investigación documental*. México. Editores Mexicanos Unidos, S.A., 1995, 124 pp.
- De Fleur, Melvin L. y Sandra J. Ball-Rokeach. *Teoría de la comunicación de masas*. Ediciones Paidós, México, 1996, 463 pp.
- *Diseño antes del diseño. Diseño gráfico en México 1920-1960*. Museo de Arte Carrillo Gil, 1991, 123pp.
- Dondis, D. A. *La sintaxis de la imagen*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1992, 210 pp.
- Dovifat, Emil. *Periodismo*. UTHEA, 1959.
- Edición especial "El Norte. 50 años", 16 de septiembre de 1988.
- Edición especial del periódico *Reforma*. 3 de diciembre de 1993.
- Edición de "Reforma. Primer Aniversario". 20 de noviembre de 1994.
- Guajardo, Horacio. *Elementos del periodismo*. México. Ediciones Gernika, S.A., 1967, 151 pp.
- Harrower, Tim. *The Newspaper Designer's Handbook*. USA. Brown & Benchmark Publishers, 1992, 218 pp.
- Hulburt, Allen. *The grid. A modular system for the design and production of newspapers, magazines and books*. Nueva York, Van Nostrand Reinhold, 1978, 96 pp.
- García Canclini, Néstor. *El consumo cultural en México*. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993, 414 pp.
- García Canclini, Néstor. *Políticas Culturales e integración norteamericana: una perspectiva desde México*.
- González, Jorge A. *Más (+) Cultura (s). Ensayos sobre realidades plurales*. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1994, 364 pp.
- *Las Humanidades en el Siglo XX*. México. Universidad Nacional Autónoma de México, 1976, 155 pp.
- Leñero, Vicente, Carlos Marín. *Manual de Periodismo*. México, Editorial Grijalbo, S.A., 1986, 315 pp.
- Lockwood, Robert. *El Diseño de la Noticia. Guía de supervivencia para periódicos*. Traducc. Teresa de León. Barcelona, Ediciones B.S.A., 1992, 145 pp.
- Martín Aguado, José A y José I. Armentia Vizuete. *Tecnología de la información escrita*. Madrid, 1995, Editorial Síntesis, S.A., 303 pp.

- McQuail, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México, Editorial Paidós Mexicana, S.A., 452 pp.
- Müller-Brockmann, Josef. *Sistema de retículas. Un manual para diseñadores gráficos*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1982, 179 pp.
- Musacchio, Humberto. *Gran Diccionario Enciclopédico de México Visual* Andrés León Editor, México, 1990, tomo 3, 1540-1562 pp.
- Perfect, Christopher. *Guía completa de la tipografía. Manual práctico para el diseño tipográfico*. Traducc. Maite Rodríguez Fischer. Barcelona, Editorial Blume, 1994, 219 pp.
- Prieto Castillo, Daniel. *Diseño y comunicación*. México, Ediciones Coyoacán S.A. de C.V., 1982, 194 pp.
- Rojo, Vicente. *Vicente Rojo. Diseño gráfico*. México, Era, 1996, 95 pp.
- Satuté, Enric. *El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid, Editorial Alianza Forma, 1990, 500 pp.
- *The New Encyclopaedia Britannica*. Encyclopaedia Britannica Inc., 1987 tomo XVI.
- Turnbull, Arthur T., Russell N. Baird. *Comunicación Gráfica. Tipografía, diagramación, diseño, producción*. Traducc. Carmen Corona de Alba. México, Editorial Trillas, S.A. de C.V., 1986, 429 pp.
- Val, Jorge del, "Cultura Nacional, ¿hacia dónde va?", *Memoria de papel*. Diciembre de 1993, 53-956 pp.