



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

126
201

Ediciones informatizadas (Revistas)

Tesis que para obtener la licenciatura
en Ciencias de la Comunicación presenta:

Luz Elena Pereyra Rodríguez

Leonardo Figueiras Tapia
Director de tesis

Carola García Calderón
Asesora



Ciudad Universitaria, México, D. F.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1998

34051



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 todos, todos...

Gracias.

FALTAN PAGINAS

De la: /

A la: 6

Contenido

<i>Introducción</i>	7
1. Antecedentes	11
1.1 La edición: origen y desarrollo	11
1.1.1 Primeras formas de impresión	11
1.1.2 El papel y las raíces tecnológicas	12
1.1.3 La invención de la imprenta	14
1.1.4 Evolución	15
1.2 El cuerpo editorial.....	17
1.3 Desarrollo tecnológico y la era de las computadoras.....	18
1.3.1 Historia de la computación en México.....	20
1.3.2 La Universidad Nacional y los cerebros electrónicos ..	22
1.3.3 Los medios informatizados	27
1.3.4 Las computadoras personales	31
2 Edición de publicaciones periódicas	35
2.1 Considerandos para el futuro editor	35
2.1.1 Formas de financiamiento	36
2.1.1.1 Subsidio	37
2.1.2 Sobre el papel.....	40
2.1.2.1 Su fabricación	42
2.1.2.2 La selección adecuada	42
2.1.2.3 La aritmética del papel	46
2.1.2.4 Papel irreciclado!.....	47
2.2 La responsabilidad del editor	49
2.2.1 Automatización de archivos	55
2.3 Edición de revistas	59
3 Política editorial	63

3.1 Contenido editorial	63
3.2 Identidad visual	64
3.2.1 Elementos de la identidad visual	64
3.2.2 La identidad visual de una revista	66
3.2.1.1 Páginas interiores	66
3.3. Recomendaciones administrativo-editoriales (registros)	67
4. Proceso de edición	71
4.1 Los índices	71
4.2 Calendarios	75
4.3 Ordenes de trabajo	77
4.4 Mesa de información	78
4.4.1 Bancos de datos versus Internet	79
4.5 Mesa de redacción	82
4.5.1 La corrección	83
4.5.2 Capturando para el cierre	88
5 Producción editorial	91
5.1 Las redes	91
5.2 Contenido editorial	93
5.2.1 Publicidad	93
5.3 Diseño editorial	95
5.3.1 La tipografía	95
5.3.2 Elementos gráficos	100
5.3.3 Ilustraciones	102
5.3.3.1 El color	104
5.3.4 Diagramación	106
5.4 El cierre. Galeras (ida y vuelta)	107
5.5 Preparándonos para la imprenta	108
Conclusiones	111
Bibliografía	115

Introducción

En esta, la era de las computadoras, la edición de publicaciones está determinada por la autoedición, término que implica y vincula un par de conceptos que hasta hace muy poco sólo podía concebirse de manera separada: editar e informatizar.

Editar

Edición significa, en lenguaje común, la preparación de materiales (texto e imagen), destinados a la difusión masiva, es decir, para ser publicados (libros, revistas, periódicos, carteles, folletos, trípticos, boletines, etcétera); conjuga un proceso prolongado y complejo que involucra a un grupo de personas con cualidades específicas para realizar cada uno de los pasos que lo componen, de forma tal que una publicación, por pequeña que sea, requiere del trabajo de equipo de, por lo menos, un editor, un redactor, un corrector, una secretaria, un ilustrador, un fotógrafo, un tipógrafo, un diseñador y un formador.

La función de todos ellos, encabezados por el editor, en cuyas manos recae la organización y responsabilidad del proceso en su conjunto, es la de: redactar textos —en el caso de una publicación periódica—, marcar (para los pasos subsecuentes), corregir (revisando la hilación lógica en sus contenidos, unidad, gramática, ortografía, puntuación, coherencia conceptual, entre otros); mecanografiar, ilustrar (definiendo la mejor opción en fotografías, dibujos, gráficas, caricaturas o viñetas que permitan reforzar o complementar la información contenida en los textos, facilitar la comprensión a los lectores, dar una imagen visual o gráfica ...), diagramar (esquemando por página la imagen o presentación visual que mejor se acomode al

tipo de publicación, tema tratado y público lector); tipografiar (siguiendo las indicaciones del editor —coordinado con el diseñador—, se da a los materiales escritos las características tipográficas en cuanto a tamaños, tipos o formas de letras y medidas de las columnas en cuadratines); diseñar (preparación final de los originales mecánicos).

Informatizar

En términos informáticos se considera a la información como el resultado final del procesamiento de datos. A medida que las formas de comunicación han integrado a sus sistemas y procesos de organización el uso de las computadoras personales (PC), programas procesadores de palabras, graficadores y sistemas de diseño, entre otros, la información se ha ido diversificando en beneficio del trabajo editorial, reduciéndose, además, tiempos y costos.

La edición informatizada es el resultado de la combinación entre los conocimientos teórico—prácticos de un comunicador especializado en materia editorial y la utilización de esa herramienta (PC, surgida al inicio de la década de los ochenta), en los procesos de producción de publicaciones.

De razones y reflexiones

La razón por la que se propone un tema de esta naturaleza como trabajo de tesis se debe, por una parte, al acelerado desarrollo de la informática y el consecuente auge de las computadoras personales en cuanto a su uso y aplicación, en todos y cada uno de los sectores que conforman el trabajo productivo e intelectual de la sociedad; por la otra, a la innegable presencia que ésta (la computación), ha venido imponiendo en la producción editorial; primero como herramienta de trabajo y extensión de la creatividad de estudiosos y profesionales y, luego, como elemento de apoyo a las formas de difundir la información; a la vez que ha consolidado a las computadoras como fuente de ingresos

para individuos o pequeños grupos de profesionistas que optan por la pequeña empresa.

La edición de publicaciones no es un tema que pretenda plantear el ABC de la edición, aunque sí propone la incorporación, aplicación y uso de esta herramienta; no sólo en el trabajo práctico de la edición, sino en el proceso de formación profesional del comunicador de los medios escritos.

Objetivos

Entender la **edición** como una rama o especialidad de la comunicación (aunque no exista una definición que la establezca como tal), es el objetivo del presente trabajo; que se propone a manera de "manual para el editor" y que se conformará en seis capítulos, que van desde una pequeña aproximación histórica de los orígenes del trabajo editorial y de la historia de la computación, hasta el trabajo de edición, las funciones del editor y los elementos informáticos implicados en el proceso de producción de publicaciones periódicas.

Todo, enmarcado en el respeto que debemos guardar a esta etapa del proceso de producción de materiales impresos, que corresponde a un largo camino del conocimiento a recorrer para adquirir la práctica, y la ciencia; mismas que logran envolver al editor de medios impresos en una pasión por tinta, letras, colores y figuras y que concluye en el amor a la labor del comunicador social.

1 Antecedentes

1.1 La edición, origen y desarrollo

La publicación masiva de una obra, a través de cualquier medio de reproducción gráfica, es un trabajo que requiere de cierta organización y cuya responsabilidad recae en manos del editor, quien se encuentra presente en todas las etapas del proceso de producción de un documento impreso.

Desde mi punto de vista, y por la intención práctica de este trabajo, es poco importante detenernos a analizar o estudiar el origen del trabajo editorial, pues nos remontaría a plantearnos la forma en que se decidían los textos a grabar en la arcilla o en la piedra y entonces nos vienen imágenes de una serie de televisión donde *Los Picapiedra* anunciaban, en un “volante” hecho a base de golpes con marro y cincel sobre una roca lisa, el gran baile para festejar el cumpleaños de Pablo Marmol. No obstante es obligado incluir, en esta primera parte de antecedentes, un esbozo general sobre esa forma de comunicación y procedimientos de registro que han conformado la historia y determinado el destino de quienes se inclinan por dedicarse a esta especialidad dentro del arte de comunicar.

1.1.1 Primeras formas de impresión

La historia de la imprenta es larga y compleja y, sin lugar a dudas, su descubrimiento tiene mucho que ver con los numerosos cambios asociados a lo social, político y psicológico de la historia de la humanidad. Su influencia en todos los aspectos de la cultura europea

ha hecho pensar a muchos historiadores que la imprenta fue el instrumento que ocasionó los más grandes movimientos relacionados con la ciencia, la religión, la política y con las formas de pensamiento que son comúnmente asociada con la cultura occidental.

Ahora bien, el desarrollo de la ciencia y la tecnología en el mundo usualmente es relacionado con la aparición de la imprenta, aunque habrá que ubicar, en este resumido espacio de antecedentes, tres momentos o etapas que van definiendo a la comunicación impresa.

1.1.2 El papel y las raíces tecnológicas

Las formas de impresión que hoy conocemos dependen en gran medida de la invención y refinamiento del papel que se originó en China hace varios siglos (105 d.C.). Dicha innovación fue apropiada por los árabes a mediados del siglo VIII y, cuatro siglos después, los secretos del arte de imprimir en papel fueron transmitidos a Europa, primero entre los musulmanes de España y Sicilia, en el siglo XII, y después se extendió a los cristianos de España e Italia para llegar en el siglo XIV a Alemania y el resto de los dominios europeos.

Paralelamente, la costumbre de registrar acontecimientos era una práctica utilizada por los griegos y romanos en los llamados papiros y pergaminos¹, respectivamente; mientras en Europa el empleo de los pergaminos fue inicialmente de uso religioso, y para documentar acontecimientos oficiales, después.

En su origen, según reportan los historiadores, para largos documentos se cosían hojas de pergamino en largas tiras que eran

— — — —

¹ "El nombre (pergamino) se cree que viene de Pérgamo, en Asia Menor, donde se preparaba el material al final del siglo III a.C., como alternativa más resistente, aunque más cara, del papiro egipcio, cuya exportación había sido prohibida por Tolomeo Epifanes con la esperanza de impedir el crecimiento en Pérgamo de una biblioteca rival de la egipcia". Derry, T. K., y Trevor Williams, *Historia de la tecnología*, Vol. 1, Siglo XXI, Editores, Edición 94, México, pág. 335.

enrolladas de forma que se pudiera manipular el texto para facilitar la lectura; y no fue sino hasta iniciado el siglo II d.C., que se perfeccionó la técnica dando lugar a la práctica de doblar una larga hoja rectangular de modo que se pudieran formar páginas de diversos tamaños para que, atadas por un extremo, formaran un códice o volumen², o lo que hoy conocemos como libro.

Muchos antes de la imprenta de Gutenbergm los chinos ya habían desarrollado el uso de la tinta³ y una forma de impresión conocida como xilografía (impresión tipográfica hecha con planchas de madera), que pasó a Europa hacia el siglo XII, alcanzando extraordinaria difusión en el XV. Sin embargo, la impresión más antigua de que se tiene noticia es del año 866 d.C., y aparece en el texto Budista *El diamante sutra*, mientras los primeros grabados que se conocen datan del siglo II d.C., y cuya técnica utilizada para su elaboración consistía en aplicar papel húmedo sobre grabados en piedra y sobre ellos se frotaban en tinta, con lo que se reproducía la parte del relieve del grabado; más tarde en el siglo VI, la xilografía dejó su huella en documentos impresos en papel de arroz que servía también de guía para tallar el diseño en madera. El estampado con plantillas, antecedente de la serigrafía, se originó también en China (siglo VII) y, como característica particular se ha observado que algunos impresos chinos realizados con plantillas no muestran huellas de conexiones o puentes entre los elementos del diseño, lo que ha hecho pensar que las plantillas estaban sujetadas con hilos finos de seda o con cabellos humanos. El estampado fue, paralelamente, una técnica de registro que antecedió a la imprenta. Utilizada por los romanos, consistía en

— — — —

- ² Volumen —del latín *volumen*, rollo—, es un recordatorio de que el libro era originalmente un documento que el lector desenrollaba, pero el nuevo diseño era mucho más cómodo. *ibid*, pág. 336.
- ³ Era básicamente una mezcla de hollín, goma y agua; tinta similar a la utilizada por los escribas. Sin embargo los pigmentos naturales, mezclados con agua proponían una paleta de colores amplia que contenía, entre otros, el negro (producido con hollín o pirolusita), el amarillo (carbonatos), el rojo (óxido de hierro), el ocre...

EDICIONES INFORMÁTICAS

el tallado de modelos en bloques de madera, con los que se estampaban dibujos en yeso para obtener productos textiles estampados. A finales del siglo XIII en el Imperio Mongol la circulación de papel moneda predominaba entre los comerciantes del norte de Italia; mientras, en el Oriente se utilizaba la xilografía para imprimir naipes y motivos religiosos, práctica que secundaron Venecia y Alemania alrededor del año 1400.

Hasta aquí hemos hablado brevemente de tres de los cinco elementos que integran las formas de registro que anteceden a la imprenta (la plancha que lleva el diseño deseado en relieve, el papel y la tinta) y, antes de introducirnos en ese momento histórico que algunos historiadores piensan impulsó hacia el progreso y la conquista, es obligado hablar de la prensa, que tiene sus orígenes en la necesidad de transferir la tinta de la plancha al papel y que se conseguía frotando el reverso del material a imprimir con una almohadilla de cuero y que pronto fue sustituida por una prensa de husillo que daba una mayor presión y uniformidad. Más tarde, para la impresión en relieve, se depuró la técnica con la introducción del *tímpano*, que consistía en un bastidor cubierto de pergamino al que se fijaba el papel antes de imprimir y que, indudablemente, antecede a la prensa plana.

Nuestro último elemento es la imagen, que desde tiempos remotos se impuso como un rasgo complementario a la información escrita. Los impresores, casi desde un principio, se abocaron a la tarea de combinar con el texto materiales gráficos tales como diagramas, mapas, planos e ilustraciones que se tallaban en madera o metal hasta antes de la invención de la imprenta.

1.1.3 La invención de la imprenta

La historia propone como precursores de la imprenta a Johann Gutenberg y a su colega Johann Fust, pues se cree que experimentaron juntos —en Maguncia—, en la concepción del conjunto de procedimientos de la impresión tipográfica. También se habla de un tercer innovador (holandés) de nombre Coster de Haarlem, quien pudo

haber dejado muestra de algunos ejemplares impresos bajo este nuevo procedimiento.

No obstante la historia registra que hacia el año de 1435 el alemán Johann Gutenberg concibió el conjunto de procedimientos de la impresión tipográfica, los caracteres móviles de metal, la composición de textos y la prensa de mano.

La técnica se basaba originalmente en la confección de tipos con el uso de punzones (de cobre o acero); el punzón era golpeado con un martillo sobre un metal más blando (comúnmente plomo) y la matriz resultante se introducía en el molde de tipos, cuya dimensión había de corresponder con la de los tipos a fundir; después, se desprendían los tipos del molde y se limaban en los extremos cercanos a éste, para darle la altura necesaria —de aproximadamente 2.5 cm—; luego, la composición tipográfica se hacía de forma semejante a la composición manual: el impresor (hoy cajista) tomaba con unas pequeñas pinzas de metal, una por una las letras que iba colocando en línea en un componedor que era puesta sobre una superficie plana (galera o galerín) y sujeta por los extremos quedando lista para imprimir.

Vale decir que, si a alguien le mata la curiosidad y se arrepiente de no haber vivido en aquella trascendental época que marcó nuestro destino, todavía hoy puede observar esa forma de impresión, o algo semejante, si acude a lo que hoy conocemos como “La Plaza de Santo Domingo”, casi a espaldas de La Catedral Metropolitana, en donde nuestros artesanos siguen haciendo maravillas utilizando esa rudimentaria técnica que si bien ha sido superada, y en mucho en el último cuarto de siglo, no ha logrado desaparecer.

1.1.4 Evolución

En los siglos subsecuentes a la invención de la impresión tipográfica aparecieron algunas modificaciones o mejoras a la imprenta de Gutenberg, como la alternancia, durante el siglo XVI, de letras mayúsculas y minúsculas a partir de la utilización de una caja extra (“caja baja”) a la que ya se empleaba y que contenía las letras minúsculas guardadas en compartimientos. Tiempo después la prensa

de imprimir de madera evolucionó hacia la introducción de la "cárcel" o bloque de madera hueco mediante el cual se deslizaba el husillo de la prensa unida al cuadro, evitando que se moviera la impresión.

De ahí, hubo innovaciones lo mismo en el campo de la música, por ejemplo, para la que se empleaba más el grabado; como en el campo de la ilustración (punta seca, aguafuerte, mediatinta, grabado en dulce), con procedimientos que fueron generando elementos adicionales y novedosos hasta llegar, casi en el siglo XVII a la prensa de rodillos.

Para terminar este apartado diremos brevemente que en los siglos XIX y XX han surgido nuevos procedimientos de registro. En composición se han inventado máquinas que pueden conformar miles de letras por hora. La aplicación de la fotografía a la composición ha franqueado el paso a la fotocomposición, que prepara los textos en papel fotográfico, o directamente en película, para la insolación de las planchas con destino al offset⁴ o al huecograbado. En impresión se patentó en 1855 la primera rotativa que tiraba 10,000 ejemplares a la hora y poco más de cien años después los generosos ajustes y nuevos inventos en el terreno de la informática, han venido a revolucionar esa práctica de registro de información (específicamente denominada en este documento edición de publicaciones) que, con la interconexión entre máquinas para procesar y transmitir información y aquellas destinadas a la impresión masiva de materiales (actualmente en el más avanzado sistema, sin pasar por el trámite de elaboración de láminas y negativos), nos lleva a meditar sobre un desarrollo tecnológico sin límites ni fronteras.

— — — —

⁴ Este proceso de impresión (Offset, por sus siglas en inglés: *to set off*, que significa transmitir), se adoptó después de la Segunda Guerra Mundial y consiste en hacer una fotografía de una página completa, ya formada, e imprimirla en una hoja de metal o de papel recubierto de plástico que es fotosensible y que hoy día se conoce en los talleres como lámina; ésta es adherida a la rotativa que va dando vueltas contra un cilindro de agua que va humedeciendo las áreas blancas, mientras las oscuras (textos, imágenes, etc), que han quedado cubiertas con una suave capa de grasa son preparadas para pasar por un cilindro de tinta que plasmará la imagen en papel.

1.2 El cuerpo editorial

Ha de decirse que aun cuando la actividad del editor se basa fundamentalmente, desde su origen, en la selección y discriminación de materiales, la evolución constante en las técnicas y formas de observar y difundir el conocimiento han hecho de esta actividad el órgano más importante en el funcionamiento de cualquier publicación impresa. Es algo así como el cerebro, el corazón o la columna vertebral de un ser vivo.

Matizado así, análogamente podríamos comparar la forma de operar de un equipo de trabajo de alguna publicación periódica, una revista por ejemplo, con el cuerpo humano. Así como él necesita de todos sus órganos para funcionar tal como es, anatómica y biológicamente perfecto, un grupo editorial —por pequeño e insignificante que sea el documento a publicar—, se propone, más tarde o más temprano, ser único, magistral, inigualable, puro, es decir, perfecto.

Es con ese objetivo que se aglutinan como órganos aparentemente independientes un conjunto de personas cuyas experiencias, capacidades y conocimientos los ubican en un lugar estratégico para “darle vida” a una publicación cuya cabeza —continuando con la analogía—, es el editor; su estructura ósea el diseñador; su corazón, la imagen gráfica; sus brazos, piernas y ojos el contenido y; porqué no, el *alma*, su ideología.

Este concepto de la operación de un equipo editorial suele convertirse para los involucrados en los procesos en un lugar común; y digo esto porque ya cuando había redondeado la “brillante” idea —renglones arriba—, fui invitada a la exposición y mesa redonda realizadas con motivo del aniversario número cuatro de *El Búho* (suplemento cultural del periódico *Excelsior*). Para el evento, algunos colaboradores gráficos (cartonistas, dibujantes, moneros y pintores) presentaron muestras de su creatividad; el motivo era precisamente el nombre del suplemento, así que se podían observar búhos de todos tipos, colores y tamaños pero, gran sorpresa cuando llegué al trabajo realizado por el dibujante Edgar Clemen, se trataba de un búho de alas extendidas simulando un esquema del cuerpo “animal” en el que,

que, mediante flechas simbólicas dirigidas hacia sus órganos componentes, se aludían sus nombres. La cabeza-cerebro: René Avilés Favila, el ala izquierda: Jairo Calixto; el corazón: Arturo Rodríguez, y así sucesivamente encontrábamos a Cuevas, Utrilla, Martha Chapa... Escritores, dibujantes, editor, redactores, correctores y todo un equipo que conforma ese cuerpo editorial llamado *El Búho*.

La lección sirvió para precisar que en la dinámica de cualquier sistema editorial están perfectamente vinculados esos engranes⁵ cuyo resultado desembocará siempre en un estado de productividad final que dio motivo a su origen.

De esta manera es como se ha constituido la historia de la edición, del periodismo, de la comunicación impresa; desde la edad de piedra pasando por los manuscritos, la hoja volante, los panfletos, libros, revistas y todos aquellos impresos que en esta época de los grandes adelantos científico-tecnológicos, y por supuesto de las computadoras, se nos muestran a viva voz, casi con vida propia.

1.3 Desarrollo tecnológico y la era de las computadoras

Paralela a esa historia, la tecnología se ha desarrollado aceleradamente aunque su movimiento ha sido, por momentos, casi imperceptible. Y aunque por siglos se concibió a la tecnología, según la definición de los griegos, como esa habilidad práctica del artesano para hacer las cosas con cierta desenvoltura, el surgimiento de las máquinas cambió el concepto y obligó a relacionar a éstas con la división del trabajo, lo que llevó a Adam Smith, en plena Revolución Industrial, a plantear que "como consecuencia de la división del trabajo, la atención total de cada hombre está *naturalmente* dirigida hacia un objeto muy simple. Por lo tanto se debe esperar que,

⁵ Término utilizado por Staffor Beer (*Diseñando la libertad*, Ed. Fondo de Cultura Económica -Breviarios-), para definir los elementos o variables de un sistema dinámico de producción.

eventualmente, cada una de las personas que trabajan en las diversas ramas de actividades encuentren métodos más simples y más fáciles para la ejecución de su actividad específica”⁶.

Desde siempre, la historia de la tecnología se cuenta por generaciones y su desarrollo se ubica por zonas geográfico-sociales históricamente definidas, razón por la cual el desarrollo tecnológico, ubicado bajo el concepto *máquina*, ha significado puntos de discusión y análisis de grandes estudiosos como David Ricardo, quien se empeñó en demostrar que esa *naturalidad* de la que hablara Smith, al referirse al uso de la maquinaria, “aunque aumente el producto circulante de una nación, puede disminuir su producto bruto”, pues “el poder de sustentación de la población, y de empleo de mano de obra, depende siempre de la producción bruta de una nación y no de la neta, habrá necesariamente una disminución en la demanda de trabajo, habrá exceso de población y la situación de las clases trabajadoras será de malestar y de pobreza”⁷.

Carlos Marx va, además, específicamente a la relación “artificial” que se da entre el hombre y la técnica; para él, el medio de trabajo experimenta diversas metamorfosis, la última de las cuales es un sistema automático de maquinaria. Para él como para muchos estudiosos contemporáneos, toda actividad humana apoyada en el uso de la maquinaria se halla puesta de tal manera que el hombre no hace más que transmitir a la materia prima el trabajo o acción de la máquina; esa que Marx definió como “la virtuosa de alma propia” que, creada por la ciencia, se vuelve extraña a su propio operador, esa que es “la reificación del conocimiento científico, una reificación que la transforma en un enigma para el que a ella sirve, y que genera, actualmente, las elucubraciones mitológicas en torno a computadoras, lasers y reactores nucleares”⁸.

6 Ricardo, David, *Principios de la economía política y de la tributación*, Obras completas, Moscú, Fondo de Cultura Económica, México.

7 Smith Adam, *Indagación de la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones*, Adam Smith, Ed. Aguilar, 1961.

8 Marx, Carlos, *Elementos fundamentales de la crítica de la Economía Política*, Siglo XXI Editores.

Aunque defender posiciones no es nuestro objetivo, sí hemos de decir que la máquina, en nuestro caso la computadora personal, debe ser vista como una extensión de la actividad editorial en cada una de sus funciones (redacción, diseño, composición...) y que, como profesionales de la comunicación, en esta era informatizada; nuestro trabajo irá íntimamente relacionado con el conocimiento que de ellas tengamos y de la aplicación que podamos darles. Porque como veremos más adelante, la computadora viene a revolucionar el mundo de la edición, de manera desorbitada en sus inicios, pero logra su estabilidad al incorporarse y lograr la aceptación en los medios de comunicación⁹.

1.3.1 Historia de la computación en México

El asombro que suele producir la mecanización y sobre todo el que se liga a la revolución electrónica, tiene mucho que ver con el azoro del individuo contemporáneo frente a la sociedad que ha creado.

Con estas palabras introducía Antonio Delhumeau el libro de Luz María Silva titulado *Realidades y fantasías de las computadoras*, hace casi un cuarto de siglo. Seguramente jamás dejarán de admirarnos los desarrollos tecnológicos, aunque sí podemos asegurar, ahora, la naturalidad con la que los recibimos.

En materia de computación hablar de sus antecedentes nos remontaría también al origen del hombre, y para no ir tan lejos tendríamos que remitirnos a los tiempos en que los mayas lograron definir el ciclo lunar con un error inferior a 8 horas en 300 años. En fin, que el desarrollo de la computación ha sido paulatino y paralelo a nivel mundial, como parte de los avances científicos y tecnológicos logrados en función del tiempo "como una curva exponencial, de ahí la sensación

⁹ Recuérdese a Carlos Marx cuando afirma que si en algo es revolucionario el capitalismo es, precisamente, en la tecnología.

de brincar desde la prehistoria hasta nuestros días de una manera tan dramática”¹⁰.

Su evolución es, históricamente, impresionante y va desde la utilización de ruedas y palancas (Blas Pascal en 1642), hasta el inicio del procesamiento de datos (Herman Hollerith en 1890), cuyo marco define a la computación como la capacidad de almacenar y procesar cantidades muy grandes de información.

En este apartado referido a las computadoras hay dos momentos históricos que es importante desarrollar debido a que, a diferencia del primer punto de este capítulo, los estudiantes de comunicación no están obligados a manejar los procesos histórico-sociales del campo específico de la informática¹¹, cuyos alcances muestran el resultado histórico de los esfuerzos de muchísimas personas que se han preocupado por resolver diversos y múltiples problemas en diferentes campos del conocimiento humano.

En el primero es fundamental ubicar a México dentro del campo informático mundial y, para ello, habremos de incluir entre otras elementos de información, parte de una entrevista¹² realizada, hace algunos años, al profesor Sergio Beltrán, uno de los pioneros de la computación en nuestro país¹³. El segundo momento histórico al que nos referimos es el surgimiento de las Computadoras Personales (PC),

— — — — —
¹⁰ *Historia de la computación*, IBM de México, 1987.

¹¹ Los términos computación e informática serán utilizados indistintamente bajo el mismo concepto de procesamiento de información.

¹² Pereyra Rodríguez, Luz Elena, “Sergio Beltrán”, *Decisión Bit*, No. 10, julio de 1988, págs. 60-64.

¹³ Existen, según el campo de investigación, de trabajo y de estudios —profesionales y productivos—, diferentes versiones sobre a qué organismos o personas se les debe dar crédito como los pioneros de la computación en México. Hay, por supuesto, la versión que asegura que fue el Instituto Politécnico Nacional el impulsor de la Informática en nuestro país; también se habla de una empresa trasnacional dedicada a la distribución y venta de partes electrónicas. Sin embargo, la versión que conocemos y la cual ha sido motivo de nuestra investigación es la presentada en este espacio y que da crédito a la Universidad Nacional Autónoma de México:

en 1980 con lo que se marca el inicio de una nueva era en materia de publicaciones.

1.3.2 La Universidad Nacional y los *cerebros electrónicos*

Fue a mediados de la década de los cincuenta, como miembro del equipo de trabajo que rodeaba al doctor Nabor Carrillo (entonces rector de la Universidad Nacional) y para apoyarlo en el desarrollo de las primeras investigaciones científicas que en mecánica de suelos se efectuaban en México, que el ingeniero Sergio Beltrán participara en la "época heroica"¹⁴ que marcó el inicio, hace 35 años, de la computación en México.

A decir del profesor Sergio Beltrán la experiencia, por la riqueza de los conocimientos logrados, es incomparable pero más —remarca, refiriéndose al doctor Carrillo—, porque "esos años fueron para mí aquellos en que tuve el privilegio de estar más próximo a un verdadero genio".

Para situar el momento, recordaremos que el gobierno de los Estados Unidos había contratado al doctor Nabor Carrillo como consultor para los estudios del hundimiento de la base naval de San Diego, quien le sugirió al profesor Beltrán trabajar en el proyecto y, a la vez, lo considerara como como tema de tesis de Maestría. La propuesta obtuvo una respuesta inmediata pues el estudio tenía ciertas similitudes con otros que en aquella época ocupaban la atención de los investigadores mexicanos y que concretamente se relacionaban con los hundimientos del Palacio Nacional y del primer Hospital Infantil de México, cuyas características no eran idénticas pero parecía que las cualidades de las respectivas arcillas de cimentación podían estar causando esas situaciones.

La experiencia adquirida llevó al doctor Carrillo a desarrollar la teoría sobre los centros de tensión e inclusive, para el caso particular

¹⁴ Los entrecorridos en este apartado resaltan comentarios del doctor Sergio Beltrán en entrevista exclusiva.

del problema estadounidense, a desarrollar un procedimiento rápido de integración numérica de ecuaciones integral-diferenciales que permitió, al equipo de mexicanos abocados a la tarea, resolver el sistema de ecuaciones simultáneas en ocho o nueve meses, utilizando aquellas calculadoras electromecánicas, y "verdaderas sábanas de papel en las cuales se sucedían las columnas con resultados parciales que penosamente se iban combinando en resultados intermedios, posteriormente en otros *transitorios* para llegar finalmente a los últimos deseados".

Los resultados fueron exitosos, la teoría y las mediciones experimentales coincidieron satisfactoriamente y los norteamericanos hicieron saber, poco después, que habían resuelto un caso representado por un sistema de decenas de ecuaciones simultáneas, en adición al resuelto por los investigadores universitarios con tres de ellas. Esto causó revuelo en México, considerando que resolver el sistema con tres ecuaciones simultáneas había llevado varios meses a cuatro o cinco personas; se pensó, exagerando un poco "que la mitad de la población de los Estados Unidos había sido puesta a trabajar en los rutinarios cálculos indispensables". Por ello, se cuestionó al enlace norteamericano sobre la seguridad de sus conclusiones y la respuesta fue cortante: "Naturalmente, lo hicimos mediante un cerebro electrónico". El uso del término, desconocido para los investigadores mexicanos, provocó disgusto contra "esos que creían que los nuestros eran cerebros de carrizo"; sin embargo el doctor Carrillo, tomando en serio el concepto, decidió se investigara lo que realmente significaba *electronic brain*.

Así fue como se supo en México, no sin cierto asombro, de la existencia de una computadora electrónica en la Universidad de California, en Los Ángeles; en una época en que no existían, como ahora, escuelas de computación, ni libros, ni material didáctico; "lo único con lo que se contaba para aprender a operarlas eran unos maltrechos manuales de operación proporcionados por la compañía manufacturera".

Después de ese primer contacto con las computadoras, el doctor Beltrán se impuso, a su regreso a México, convencer al doctor Carrillo de instalar una computadora en la UNAM y, paralelamente, solicitar

empleo en IBM¹⁵ de México para aprender lo que fuera posible acerca de su utilización, ya que a su parecer, era el único lugar donde se podía hacer.

Conviene describir, en este momento, algunos rasgos importantes de la Universidad Nacional de hace 35 años y de su entorno. Nabor Carrillo fue el rector que hizo la "hombrada" de ordenar el cambio de las escuelas, facultades e institutos de sus sedes dispersas en el centro de la ciudad a la flamante Ciudad Universitaria. Esto, teniendo que convencer hasta al Presidente de la República quien, a decir del doctor Beltrán y como confidencia del rector, consideró en alguna ocasión que reunir a todos los estudiantes de la UNAM en un solo *campus* podría llegar a ser "explosivo".

Sin embargo el presupuesto que la UNAM recibía no creció en proporción a las nuevas necesidades. A mediados de los cincuenta el presupuesto aproximado que recibía era de unos 600 millones de pesos y sólo el mantenimiento de la Ciudad Universitaria absorbía casi el 40 por ciento de esos fondos.

Como era natural, el proyecto de alquilar una computadora electrónica, los equipos periféricos y rodearla del personal mínimo necesario, implicaba un presupuesto anual que alcanzaba alrededor de 2 millones de pesos (por sí sola la computadora costaría, en ese momento, 300 mil pesos de renta anual), y se sumaba lo que tradicionalmente se destinaba a todas y cada una de las dependencias de la Universidad.

Ante tales condiciones el doctor Carrillo precisó que si al transcurrir un año la nueva dependencia (que contaba ya con "dos valiosos aliados", los doctores Alberto Barajas y Carlos Graef Fernández) no podía

— — — —

¹⁵ IBM había encargado el desarrollo de su primer dependencia en México, dedicada al proceso electrónico de datos al señor Alfredo Ibarra, quien en palabras del doctor Beltrán fue un hombre valioso e inteligente a quien, si bien le faltaba una base académica conveniente, le sobraba capacidad y entusiasmos gracias a lo cual contribuyó, hasta su muerte, a extender la computación en México.

llegar a ser autosuficiente económicamente, no podría ser renovado el contrato y habría que suprimirla. El reto, después de la firma del contrato correspondiente, en 1957, fue poner en funcionamiento una máquina que nadie en México conocía y mucho menos había operado y, en consecuencia lograr la capacidad del mayor número posible de estudiantes y, en caso de ser refrendado el proyecto, de profesores e investigadores.

Hubo problemas de carácter técnico que tuvieron importancia temporal. Por ejemplo, ni los técnicos de IBM ni los investigadores universitarios se percataron a tiempo de que la computadora vendría construida para ser alimentada con corriente eléctrica de 60 ciclos por segundo, cuando en el Distrito Federal aún se utilizaba la de 50 ciclos, inconveniente que fue resuelto por el ingeniero Sergio Ordóñez, quien diseñó un convertidor de frecuencia con la capacidad requerida.

Pero además de las dificultades técnicas la llegada de las grandes computadoras a nuestro país se vio envuelta en un temor natural por parte de los estudiosos, ese temor "que todos sentíamos hasta de oprimir las teclas", porque la memoria de esa computadora era un tambor que giraba a 12 mil 500 revoluciones por minuto, cuatro veces más rápido que cualquiera de los motores automovilísticos más revolucionados de la época y que, según el ingeniero Beltrán, "al apretar el motor de arranque empezaba un silbido agudo que nos pasmaba, aunque no nos lo confesáramos unos a otros".

Fue así que se impartieron en 1957, en la Universidad Nacional, los primeros cursos de programación de computadoras, sentándose las bases para la comercialización de una parte del tiempo disponible de la máquina, dedicado principalmente a la resolución de problemas científicos (de astrofísica y física) y técnicos (ingeniería química).

Para entonces IBM rentaba sus computadoras por paquetes de 8 horas. La 650, adquirida por la Universidad, fue rentada en 25 mil pesos mensuales, luego de deducir un impuesto del 40 por ciento por tratarse de una institución educativa, pero bajo la limitación de utilizarla con un máximo de 176 horas al mes.

Sobre el particular llegó a comentar el ingeniero Beltrán que "en poco tiempo el tipo de problemas que nos planteaban los institutos

nos obligó a dedicar 70, 80 y hasta más horas continuas a un solo problema, lo que nos forzó a aprender el secreto arte de echar atrás el reloj con la esperanza de que no se dieran cuenta los arrendadores que estábamos trabajando hasta 24 horas 7 días a la semana. Esta esperanza fue vaná porque los técnicos de IBM no eran tontos”.

En 1959, ya avanzados en el año, el interés por la utilización de la computadora de la UNAM se extendió abiertamente logrando gran número de adeptos entre los que se cuenta la empresa *IEM*, primera firma que resolvió problemas de naturaleza industrial a través del ingeniero Julio Colón; en administración pública fue Jorge González Durán, entonces secretario del Instituto Nacional de Vivienda y más tarde subdirector administrativo del Instituto Mexicano del Seguro Social. La experiencia mexicana sirvió de base para la introducción de las computadoras en Centro y Sudamérica, empezando por Venezuela donde en una empresa petrolera ubicada en Maracaibo se instaló la primera computadora equipada con cintas magnéticas. Tiempo después Colombia adquirió una *650* que fue instalada en una empresa textil de Medellín. En Argentina, Ciancaglini decidió iniciar la construcción de una computadora en la Universidad de Buenos Aires y G. Santos, luego de una estancia en la Universidad de Manchester, instaló una computadora inglesa en la Universidad de Bahía Blanca. En Brasil, el Departamento de Censos instaló una *UNIVAC 1130*, heredada por la empresa *Engineering Research Associates*.

Al iniciar la década de los sesenta el uso y aplicación de la computación en México era una realidad que modificó la estructura interna de muchas disciplinas y permitió, en 1968, obtener y difundir, fuera de nuestras fronteras, el censo de las computadoras que ya existían en nuestro país. Diez años después fue prácticamente imposible obtener un censo confiable y, sin embargo, los mexicanos nos encontrábamos preparados para recibir una nueva inventiva del hombre, basada en la construcción de circuitos electrónicos más eficientes, más confiables y más pequeños: la computadora personal.

1.3.3 Los medios informatizados

Cuando renglones antes se hablaba de las computadoras, se les ubicaba como a esas máquinas modernas, que no han dejado de serlo, que tienen como *entradas* datos y programas y como *salidas* producen resultados; y cuya aplicación se adapta, según su programa, a infinidad de actividades: procesos contables, administración, control de almacén o de personal, diseño de productos, proyectos arquitectónicos, entre muchos otros.

En el terreno de la producción de publicaciones, el uso de las computadoras se da en espacios particulares: en la composición e impresión y en la sala de redacción.

Echemos una mirada en retrospectiva hasta aquellos sistemas de cómputo rudimentarios que anteceden a Pascal y que representaban los primeros modelos analógicos que guardaban ya el principio de operación de las máquinas procesadoras de información: asimilar, tratar y comunicar datos al exterior, de donde parte un proceso vertiginoso que da origen a la primera computadora digital electrónica diseñada, en 1946, en la Universidad de Pensylvania, por Presper Eckert y John Maunchly.

Y así como en un principio el hombre utilizó sus manos para comunicar sus ideas y plasmarlas en la historia, más tarde hizo uso de recursos mecánicos que fueron siendo orientados hacia métodos más sofisticados en el desarrollo de nuevas tecnologías de información cuyas características principales son la automatización de los procesos y el incremento de la rentabilidad de los negocios a bajo costo.

Bajo estas premisas, en la composición de textos se pasó del uso de la primera componedora mecánica, diseñada en Alemania en 1869, al invento de *Linotype* en 1884, que se caracterizaba por su sistema de composición de líneas enteras; más tarde, ya avanzado el siglo XX, se implementó el uso de la fotocomposición, entendida como un mecanismo en el que los signos son proyectados sobre un material fotosensible para ser revelados fotográficamente.

A partir de los años cincuenta la competencia entre los fabricantes de equipos de composición (en México sobresalen *Harris Intertyp* y *Compugraphic*) aceleró la presencia en el mercado de máquinas cada

vez más sofisticadas como la *Harris 700* que producía mil líneas por minuto y mezclaba hasta mil fuentes tipográficas; y el sistema *CRT* de Compugraphic, con toda una familia de máquinas denominada *MCS*. Le siguió a este desarrollo la aparición del rayo láser con el que, entre otras cosas, se elimina el papel fotográfico como materia prima y se aumenta la velocidad hasta ocho páginas por minuto, resolviendo en mucho ese "cuello de botella" que tanto había atormentado a los empresarios, principalmente durante aquellos años en que se impusieron los linotipos que sustituían al plomo por papel fotográfico.

La incorporación de la computadora a la composición tipográfica ha fortalecido, entre muchas otras ventajas, la rapidez y la precisión, pues a diferencia de las cinco líneas por minuto que componía un linotipista tradicional, con el uso una computadora ahora se pueden componer un promedio de 50 a mil líneas en el mismo tiempo, sin considerar esos procesos modernos en los que el trabajo de fotocomposición ha logrado ser un mero trámite de revisión de páginas y preparación de planas, basado en la red¹⁶ del editor, que en revistas como *Infochannel* (semanal de 48 ó 64 páginas) realizan un operario y un asistente en un tiempo promedio de 8 a 12 horas respectivamente, dando salida directa a impresión, sin pasar por el fotolito que, en esa revista, es un paso de producción que ha desaparecido por completo y que tocaremos más adelante.

Actualmente el mercado de equipo para composición de textos es inmensamente vasto, aunque el desarrollo tecnológico es tan vertiginoso que "no hay un solo proveedor que pueda ofrecer toda la línea como antes sucedía. Ahora hay empresas que se han especializado en el sistema de paginación, como Harris. Otras lo han hecho en fotocomponedora de rayos láser, como Autologic..."¹⁷

Tocante a la impresión, el proceso ha sido paralelo mejorando con los años de manera sustancial en sus prácticas más comunes, para la

— — — — —
¹⁶ Ver "Proceso de edición", capítulo 4.

¹⁷ Mendez Marcín Ana María y Toussaint Alcaraz Florence, *Prensa y nueva tecnología*, Editorial Trillas, México, págs. 120.

producción que nos compete, como lo son la prensa plana, el plano-cilíndrico, el offset y la rotativa¹⁸. Se incorporaron elementos y se innovó para incrementar la velocidad y reducir los costos de producción; se incorporó el uso del color¹⁹ y los sistemas de control han pasado de ser manuales, mecánicos, electrónicos hasta llegar a la digitalización. En este sentido es importante señalar que si el uso de sistemas electrónicos aumentó la velocidad en los sistemas de impresión y mejoró la calidad, la impresión computarizada ha marcado un abismo en esos terrenos.

La sala de redacción no se ha quedado atrás en cuanto a ese proceso de metamorfosis que ha impuesto e impulsado el desarrollo tecnológico. Y si *Los Picapiedra* lograron evocar aquéllos, nuestros orígenes literarios, la máquina de escribir traerá remembranzas de épocas no muy lejanas en que los periodistas eran conocidos en las salas de redacción como los "pica-teclas"; casi en el mismo periodo en el que, a quien no se adaptaba a la grabadora para sus funciones de entrevistador, se le sometía a cargar con el mote de "arrastra-lápiz". Pero en la sala de redacción de las publicaciones periódicas como es el caso de las revistas, sólo se "modernizó" la forma de trabajo. Es decir, el uso de la máquina de escribir fue sustituido por una computadora que bien funciona como videoterminal, conectada en red a un servidor o computadora maestra, o bien como computadora independiente interconectada al servidor.

Un ejemplo de esa forma de trabajo la encontramos en la revista semanal *Infochannel*, de la que su editor, Aquiles Cantarell, nos dice:

¹⁸ La prensa plana tiene sus orígenes en el siglo XV, a decir de algunos investigadores se utilizaba ya desde el descubrimiento de Gutenberg. En el caso de la prensa plano-cilíndrica fue fabricada en 1811 por el alemán Friedrich Hoenig. El descubrimiento del offset lo realizó el ruso Rubel Yva en 1905 mientras la aparición de la rotativa, a mediados del siglo XIX, es un invento de Hipólito Marinoni.

¹⁹ "En 1911 se construyó la primera rotativa de varias parejas de cilindros dobles, separados entre sí. En 1926 se empleó por primera vez el color, para anuncios. En periódicos éste se usó a partir de 1936. Mendez y Toussaint, pág. 19.

“en nuestro departamento editorial todo el trabajo periodístico se hace en computadora. Trabajamos con PC's independientes bajo *Windows 95*. Las aplicaciones para conexión en red están en un servidor, aunque, para evitar la lentitud en el proceso editorial, pues es muy común que el servidor se sature, nosotros tenemos todas las aplicaciones copiadas a cada una de las máquinas de los que conformamos el equipo (reporteros, mesa de redacción, mesa de información y editor, además del área de diseño), hasta Internet, por ejemplo y así cada quien trabaja de manera independiente. Una vez que terminamos la redacción de los artículos, que se hacen en el procesador de textos *Word*, bajo ambiente *Windows*, subimos la información a un directorio específico del servidor. De ahí, puede ser accesada por el editor si requiere el visto bueno, o por la jefa de redacción quien la corrige, ya sea en la pantalla o en papel y luego la envía a otro directorio de donde el departamento de diseño extrae el archivo (texto e imágenes) y lo trabaja para su presentación gráfica. En nuestro caso utilizamos *PageMaker* y *Fotoshop* con apoyo de *CorelDraw* y otros. Una vez que se arma la página el diseñador genera una prueba en papel (podríamos hacerlo electrónicamente, es decir, revisar en la computadora pero se requiere de máquinas con mayor capacidad que las utilizadas generalmente para los departamentos editoriales, por capacidad de memoria), hacemos las correcciones de texto y la revisión de imágenes, se regresan a diseño para la última corrección y finalmente se hace una prueba de color que es enviada a la imprenta junto con la revista, la cual se manda en un zip, o unidad de respaldo de uno o más gigabit, para su impresión”.

La breve descripción sobre el trabajo editorial en *Infochanel* nos da una pequeña idea de ese mundo tecnificado que ahora son las salas de redacción de las publicaciones periódicas²⁰. Sin embargo tal vez se haga necesario conocer un poco más sobre esa herramienta tan sofisticada que modificó de golpe la forma de trabajo tradicional en los diarios y revistas hace cerca de tres décadas.

²⁰ Mendez y Toussaint revisan la diferentes formas de recepción que tuvo “la transición del papel al ordenador”, refiriéndose a las videoterminales.

1.3.4 Las computadoras personales

Las computadoras personales, mejor conocidas como PC's (por sus siglas en inglés) son, en su forma muy simplificada, una síntesis de las calculadoras y de las máquinas automáticas. Su surgimiento en 1980 revolucionó no sólo a los sectores dedicados a la investigación y práctica de las ciencias exactas y administrativas, sino a todas y cada una de las actividades de la vida productiva y cultural a nivel mundial. Con ellas, se ofreció una nueva tecnología cuyas ventajas ofertaron grandes velocidades, bajo consumo de energía y, en consecuencia, bajos costos; se consolidó asimismo el objetivo de reducir tamaños, aumentar la capacidad de almacenamiento datos-respuesta y facilitar la instalación y uso.

De ninguna manera se contempla en este apartado el funcionamiento técnico de las PC's considerando que en cierta forma todo estudioso de la comunicación de finales de siglo habrá tenido contacto directo con ellas. No obstante diremos que una computadora personal está conformada por dos elementos: el *hardware* que representa los dispositivos microelectrónicos de la máquina, cuyo significado es el mundo de almacenamiento y transmisión de datos; y el *software*, entendido como el conjunto de instrucciones que hacen funcionalmente práctica a la computadora y que comúnmente entendemos como Sistema Operativo y Programas, los cuales determinarán el uso y aplicación que se dé a la máquina; es decir, ya como auxiliar en el procesamiento de textos, como herramienta de trabajo en la realización de planos arquitectónicos, como auxiliar en el trabajo editorial de publicaciones impresas, etcétera.

Así, debe entenderse a la computadora (la personal), como una herramienta de trabajo que permite realizar ciertas actividades y cuyo funcionamiento estará determinado por los usuarios, quienes deberán observarla según sus intereses y necesidades.

En el trabajo editorial se ubica de acuerdo con las ramas de actividad, es decir se hace funcional según el área de trabajo. Por ejemplo, el redactor la utilizará como máquina de escribir con su correspondiente procesador de textos (WordPerfect, Word, Word para Windows, WordStar, etcétera), la secretaria para mecanografiar y

organizar documentos (artículos, cartas, entre otros), el corrector para modificar directamente los textos, sin necesidad de hacer impresiones innecesarias; el diseñador, según los programas que utilice (Ventura, PageMaker, CorelDraw, PhotoShoop, ...), puede verla como un retrador en miniatura que le permite una gran variedad de posibilidades gráficas.

Ha de saberse también que en la actualidad podemos encontrar computadoras en muy variados establecimientos, desde empresas de venta especializadas, hasta tiendas de autoservicio; que las hay en diferentes marcas, modelos, tamaños y colores; en sus modalidades (por tamaños y formas) *Notebook*, y hasta de bolsillo²¹. Asimismo que los precios varían mucho según la marca²², el modelo y la tecnología empleada en su construcción.

— — — —

²¹ Hasta 1987 en México no se vendían todos los equipos ni todas las marcas existentes, debido a que la política nacional en materia de computación era similar a la de la industria automotriz: únicamente se vendían los productos que se "fabricaban" en el país. Según datos registrados por Carmen Gómez Mont en su libro *El desafío de los nuevos medios de comunicación en México*, en 1981 la Secretaría de Patrimonio y Fomento Industrial lanzó un programa para desarrollar la industria de la computación, conocido entonces como Programa de Fomento a la Industria de Bienes Informáticos o Programa de Fomento a la Industria de Cómputo (PFIC), cuyo objetivo era reducir las importaciones y favorecer el desarrollo de fábricas locales de computadoras, de tal forma que abastecieran en un 70 por ciento el mercado doméstico. Sin embargo los objetivos no se han cumplido y sigue ausente esa política global y realista, de la que hablara la autora citada, que tienda a estimular a las compañías nacionales en la fabricación de hardware así como el respaldo financiero para el desarrollo de software nacional. Finalmente en 1987 el gobierno mexicano autorizó, por decreto presidencial, la apertura comercial en materia informática, lo que facilita todavía más que nuestras fábricas, el mercado nacional y los hogares mexicanos sigan estando dominadas por las grandes transnacionales.

²² El mercado mundial es tan extenso que tan sólo en 1990 se estimaba que en Estados Unidos, en el rubro de fabricantes de equipo mayor, había más de 1500, además de las compañías de menor tamaño, entre las que se consideraban aquellas norteamericanas conocidas como "industrias de garage" refiriéndose a las de aquellas personas que fabricaban su propia máquina, les daban su nombre y la ofrecían en el mercado.

Sin embargo, si queremos hacer comunicación apoyados en una computadora, debemos interesarnos, sobre todo, en obtener un equipo con capacidad de memoria y almacenamiento; es decir, con capacidad suficiente (memoria RAM) para procesar la información que deseamos, a partir de programas y datos; y con el espacio adecuado (disco duro) para almacenar información sin el riesgo de perderla.

En este sentido debemos tomar en cuenta que en la práctica de comunicar, como en toda actividad productiva que lleve implícito el trabajo intelectual, la sugerencia marxista de que las instituciones de enseñanza hacen del estudiante presa fácil de la sociedad capitalista y lo convierte en esclavo del consumismo, puede ser aplicada también en este terreno, pues aquel que utilice como herramienta de trabajo la computadora, se verá forzosamente envuelto en esa mecánica de todo sistema capitalista que produce valores de uso, no para satisfacer las necesidades de los hombres, sino para satisfacer las del mercado; porque una vez adquirida una computadora pasamos a jugar el papel más importante en la relaciones de "dependencia total", que refiriera Marx en *La ideología alemana*, con respecto al capitalismo.

Esto significa que, como regla, nos convertimos en presa fácil de las empresas productoras de accesorios informáticos y no podremos operar una computadora personal sin vernos obligados a adquirir esa gran variedad de accesorios (disketes, papel, impresoras, cartuchos de tinta, fuentes de poder,) indispensables —y no indispensables— para el trabajo computarizado.

Pero como todo desarrollo lleva implícito el sacrificio y quedarnos a la zaga significaría algo así como un suicidio, aunque le entremos un poquito tarde al siglo, deberemos capacitarnos y profesionalizarnos como usuarios informáticos, de manera que utilicemos adecuadamente esa herramienta que se propone hoy, casi sin excusa, como indispensable en el trabajo de todo comunicador social.

Es entonces que la condición mínima que debemos observar al adquirir una computadora es, precisamente, que lo sea. No importan marcas, ni precios, ni colores sino su utilidad en la rama de actividad que pretendamos.

2 Edición de publicaciones periódicas

2.1 Considerandos para el futuro editor

A un cuando para el tema de que se trata partiremos de la idea de realizar todo el proceso editorial dentro de una publicación ya definida en cuanto a temática, presentación visual, público lector, anunciantes, etcétera, vale la pena abrir un pequeño paréntesis para comentar algunos conceptos sobre el asunto y asentar ciertos elementos a considerar para quienes estemos interesados en dedicarnos a la edición de publicaciones, principalmente aquellas de carácter periódico²³ y, en concreto de revistas, que es el punto a tratar de manera muy particular.

Dichos elementos se refieren más que nada a la decisión sobre el tipo de impreso que se pretendan realizar y para lo cual lo primero que tenemos que pensar es en el capital, dígase efectivo.

— — — —

²³ Se dice "principalmente de carácter periódico", porque la edición por computadora abre la posibilidad de *trabajar por cuenta propia* en la hechura de materiales impresos de todo tipo, lo cual significa romper un poco con ese esquema empresarial que delimita y limita al trabajador profesional o técnico en el cumplimiento de determinadas funciones para, una vez concluidas, repetir el ciclo. Sin embargo el campo que podemos explotar es mucho más vasto e incluye desde una pequeña tarjeta de presentación y folletos, hasta boletines, posters, revistas, libros y periódicos, entre otros.

2.1.1 Formas de financiamiento

Después de plantearnos la posibilidad de elaborar una revista y considerando que "las revistas son un medio de comunicación permanente que selecciona a sus lectores y se adapta a la vida de estos"²⁴, ¿por qué pensar primero en el capital y no en el contenido, diseño, formato, lector ...?, dirían quienes, como yo alguna vez, creen que con poco dinero pero muchas ganas acompañadas por ideas geniales se logran objetivos. La respuesta es sencilla: porque en este campo todo se mueve gracias al dinero, y porque no existe publicación que subsista si no finca su futuro en una base económica-comercial-publicitaria.

Es cierto que han existido, existen y seguirán existiendo una gran variedad de publicaciones que llegan al mercado con grandes pretensiones basadas únicamente en:

el contenido: como es el caso de *Imaginaria*, una revista especializada en Comunicación, aparecida allá por 1988 y que, quizá no por falta de público o de contenido pero sí por carecer de "recursos", nunca logró establecer un buen canal de distribución —porque eso cuesta, y mucho—, ni un soporte de ventas de espacio publicitario que diera la pauta al crecimiento, porque esto también cuesta y no sólo hablando en plata sino en conocimiento de mercado, relaciones, publicidad, política, etcétera;

la imagen: aquí ejemplifiquemos con una revista que se pensó sustentada principalmente en el diseño: buen papel, bonito formato, a todo color, fotografías y dibujos sin reparos; pero que carecía de una base de comercialización y ventas que garantizara no sólo lograr entradas de dinero, sino recuperar lo invertido haciéndola autofinanciable. *Mundo gastronómico* sólo llegó al número uno, incluyendo al cero.

²⁴ Beltrán y Cruces Raúl Ernesto, *Publicidad en medios impresos*, Editorial Trillas, México, pág. 20.

Aunque cabe decir, al futuro editor, que estos son sólo algunos puntos para estar alerta, porque seguramente será requerido en la teoría o en la práctica, sobre la experiencia o “sugerencias” que puede aportar en cuanto a ventas, distribución, manejo en costos de materiales, tarifas publicitarias, etcétera.

2.1.1.1 Subsidio

Para no caer en depresiones tendríamos que decir —e insistimos en los ejemplos de las publicaciones periódicas especializadas o revistas—, que sí hay publicaciones que logran subsistir sin un esquema comercial y cuya razón se conoce como **subsidio**, término definido por el *Diccionario Espasa Calpe* como la “ayuda económica oficial para atender ciertas necesidades individuales o colectivas”.

Un ejemplo de este tipo de subsidio lo representa la revista *Superación*, emitida por la Subdirección de Proyecto y Construcción de Obra, dependiente de Petróleos Mexicanos y cuyas características son: órgano vocero del emisor, de aparición mensual, formato carta, muy buen papel (couché 135 kilos), 24 páginas en selección de color, carente de espacios publicitarios, excelente coordinación editorial, contenidos acordes al interés del público lector (profesionistas del sector) y con la pequeña cualidad de ser subsidiada con 25 mil nuevos pesos por número²⁴, por parte de la subdirección que le dio vida. Cabe decir que el tiraje de *Superación* era de 2 mil ejemplares con un costo unitario de \$12.50; que, comparado con el gasto que significa la hechura de, por ejemplo un libro o una revista comercial, representa un verdadero lujo que sólo instituciones como Petróleos Mexicanos se puede dar.

Otra forma de subsidio “forzado” la ejemplifica la revista *Rino*, una publicación cuyo eslogan reza “el humor es algo cálido y húmedo” y

— — — —
²⁴ Datos hasta 1994.

que dejaba una sensación de agrado con sólo tenerla un momento en las manos. A pesar de ser una revista cien por ciento comercial, *Rino* recibía, en la época en que la conocí, un tipo de subsidio muy peculiar, pues representada por una editorial del mismo nombre, vendía una buena cantidad de anuncios —diez páginas en promedio—, lo que significa un 20 por ciento de su espacio y que, seguramente hubiera permitido cubrir los pagos al personal de planta integrado por un responsable de redacción, uno de información y el de diseño y cuyos pagos se retrasaban por largos periodos hasta que decidían “desenvainar” la espada o “circular” a otra parte para dar oportunidad a que otros repitieran el mismo proceso. Por *Rino* circularon —porque se sabía bien lo que es explotar nombres, sentimientos y necesidades—, grandes figuras de la pluma y del arte —porque todos valen lo que pesan—: Carlos Monsiváis, Erika Martínez, Hugo Hiriart, Fisgón, Víctor Roura, Neri Licón, Jaime Castrejón Díez, Eko, José Reveles, Ahumada, Irene Herner, Helio Flores, Xóchitl Bustos, Rocha, Silvia Granillo, José Luis Mariño, Helguera, Martha León... El mismo esquema, la gran mayoría, casi todos, sin cobrar o cobrando muy poco por sus colaboraciones que en un principio se estimaba podían ayudar al buen “bautizo” de una publicación distinta por el género y el gusto, pero que, con el paso del tiempo, logró la desilusión de propios y extraños hasta que emigraron a otra parte o a ninguna. El director de la revista viajaba mucho y se quejaba igual sobre lo cruel que es la vida con los “preocupados por la cultura” y, sin embargo, gozaba en serio de una forma de subsidio que podemos llamar solidaridad, ingenuidad o, en el peor de los casos, hambre.

Desgraciadamente para los hacedores de la comunicación (entiéndase redactores, dibujantes, editores, diseñadores, correctores, fotógrafos, etcétera), este tipo de subsidio se encuentra a la vuelta de la esquina, por lo que es común padecer, a lo largo de nuestra carrera, tipos de explotación tan aberrantes como la señalada.

Un tercer ejemplo de subsidio podría plantearse en las revistas de carácter marginal, o aquellas que destacan debido a sus pretensiones de hacer de su contenido un medio para educar o concientizar a la sociedad y que se sostienen principalmente en situaciones de crisis

político-sociales. Tal es el caso de *Pueblo*²⁵ que nacida en el seno y como eje motor de una Organización no Gubernamental (ONG), se avocó a apoyar proyectos surgidos de la sociedad civil y como una respuesta a la necesidad de difundir dicha tarea. Aun cuando se llegó a establecer una pequeña cadena de suscriptores, nunca logró generar el mínimo de ingresos, ni siquiera para cubrir los gastos de impresión o de envíos; mismos que eran solventados por la ONG cuyos integrantes creyeron, durante más de 14 años, que podían hacer crecer esta forma de comunicación alternativa. *Pueblo* desapareció al llegar al número 50 y luego de un intento por comercializarla, pues los canales utilizados, la falta de conocimiento sobre procesos y técnicas comunicacionales y, la desconfianza en "soltar" un proyecto en manos de profesionales pero que no pertenecían al "círculo" de las ONG's ni eran ortodoxos de sus ideas, llevó al fracaso esta publicación que se llegó a vislumbrar, en algunos buenos momentos de lucidez, como una alternativa real de comunicación de grupos sociales y en lucha por la defensa de los derechos del pueblo y demandantes de mejores condiciones de vida.

En cuanto a la publicidad como forma de subsidio oficial está visto (información y publicidad oficial), que el Estado utiliza los distintos medios de difusión masiva para propagar su ideología, manifiesta

— — — — —

²⁵ Defino a la revista *Pueblo* como marginal por ser popular —en su contenido— y de izquierda —en su origen—; además y para enmarcarla dentro del esquema del profesor Raúl Trejo Dalarbre, por el público al que se dirige.

"a) Destinadas a militantes, con la intención de consolidar su formación ideológico y fomentar la discusión con otras corrientes de la izquierda. Estas son publicaciones esencialmente teóricas.

b) Destinadas a todo el movimiento revolucionario. Pretenden ser nacionales y dirigir al movimiento en su conjunto.

c) Publicaciones locales, dirigidas a públicos específicos, con la intención de colaborar o tener la dirección en luchas locales —sindicatos, colonias, escuelas—. Su contenido se refiere a asuntos concretos de la localidad donde se publican".

Trejo Dalarbre, Raúl, *La prensa marginal*. Ediciones El Caballito. México, 1975, pág. 81

principalmente en procesos coyunturales como el caso ya común de campañas electorales donde demuestra su capacidad para el derroche y la displicencia que de una u otra forma significa considerables entradas económicas, a veces permanentes, para algunos medios informativos.

Así, el subsidio es, sin duda, otro elemento a considerar cuando se pretende la realización de una publicación, llámese revista, libro, folleto, póster; ya que si ésta se encuentra subsidiada no hay mucho que decir sobre recursos, aunque sí mucho por hacer en cuanto a trabajo profesional, pues no debemos olvidar la responsabilidad que implica el cumplimiento de nuestra labor en el proceso de comunicación y cuya especialidad, la edición, juega quizá uno de los papeles más importantes en el proceso de producción de cualquier documento impreso.

2.1.2 Sobre el papel

La selección del papel a utilizar en una publicación es una responsabilidad que muchas veces recaé en manos del editor y, para ello, es recomendable que comprenda o por lo menos se dé una idea de los elementos que hacen posible su obtención y de los factores que definen sus cualidades, ya que, en mucho, la imagen de un producto editorial dependerá del material en que se presente y para ello ha de considerar un factor también determinante: el costo.

Seguramente hasta los niños saben que el papel se logra en molinos a partir de fibras de celulosa, de las cuales la mayoría provienen de los árboles y que existen algunos molinos que fabrican papel utilizando fibras de algodón o de otras plantas como caña de azúcar (bagazo), arroz o paja. Sin embargo se abordará el tema tratando de dar bases suficientes para que, en un momento dado, el editor de publicaciones seleccione los más acertadamente posible el papel a utilizar.

Las fibras de maderas blandas (pino), son largas y producen papeles resistentes y relativamente ásperos; las elaboradas de maderas duras (maple), son más cortas y generan papeles relativamente lisos. En la elaboración de papeles de tipo comercial para impresiones, se

combina una mezcla de maderas blandas y duras para lograr mejores cualidades.

Pero hablemos un poco de la materia prima: la celulosa (fibra, pasta o pulpa). Una vez removida la corteza de los árboles, los molinos de celulosa cortan la madera en pequeños fragmentos llamados chips²⁵, los cuales se van degradando hasta obtener fibras individuales (para que se comprenda mejor son esos "pelitos" que vemos en el papel), las cuales se logran mediante dos procesos: el químico y el mecánico. El primer proceso es el más sencillo y consiste en un tren de molido de la madera a base de rodillos, presión, calor y agua que da como resultado la llamada celulosa mecánica. La celulosa química (al sulfato o sulfito), consisten en introducir los chips de madera a un digestor (especie de olla express gigante), que a base de calor, presión y sosa, degrada los chips de madera hasta separar las fibras individuales.

Una vez obtenida la fibra, por cualquiera de los procesos, ésta puede o no blanquearse, dependiendo de la aplicación para la cual va a ser destinada. El proceso de blanqueado de la celulosa puede ser por oxígeno (amigable al medio ambiente) o por cloro, método no muy recomendable por ser altamente contaminante.

Sobre el proceso de obtención de celulosa algunos expertos como *Grupo Porchteca* recomiendan recordar:

La celulosa mecánica

- es más barata que la celulosa química
- no le quita la lignina a las fibras de madera, por lo cual tiende a amarillarse con el tiempo
- se utiliza más en la fabricación de papeles económicos y de corta vida (papel periódico...)

La celulosa química

- es más blanca pero la fibra está más degradada, por lo que le da menos cuerpo al papel
- se utiliza más en la fabricación de impresos comerciales y editoriales de mejor calidad y destinados a una vida más larga.

²⁵ Sustancia de protección abundante que tienen las plantas en las membranas de las células de los tejidos y que une a las fibras.

Cabe decir que las celulosas blanqueadas se utilizan principalmente en la fabricación de papeles de impresión, en tanto que las fibras sin blanquear son más comunes en el uso de papeles para empaques.

2.1.2.1 Su fabricación

El proceso de producción de papel da inicio con el batido, refinado y coloración de la celulosa para hacer el tipo deseado, a lo que sigue la depuración de la fibra que producirá, si es poca, papeles gruesos y rugosos y si es mucha papeles lisos y delgados. Una vez depurada la pulpa es mezclada con agua para conformar lo que se conoce como "suministro" y cuya composición es de 99% de agua. El suministro fluye mediante una malla de drenado que conforman un entretejido de alambres de metal que se mueven hacia delante y hacia los lados; las fibras se quedan en los alambres y el agua cae a través de ellas. Cuando las fibras llegan al final de la malla (7 ó 10 metros después) han reducido su composición en un 90% de agua y pueden soportar su propio peso al haberse procesado en papel. Posteriormente el papel pasa por las etapas de prensa y de secado, las cuales permiten separar más agua, hacen el papel más liso y pueden hacer textura en su superficie; luego, los molinos aplican cubiertas o capas que hacen a la superficie más fuerte y mejoran su capacidad de retención de tinta. Finalmente el papel es pasado por unos rodillos calandreadores, los cuales darán más lisura y brillo. El papel es fabricado en molinos en largos rollos (maestros), que pueden medir, en tamaño regular, hasta 9 metros de largo y 1.5 de diámetro y pesar varias toneladas.

2.1.2.2 La selección adecuada

La selección de papel es una decisión que requiere de estar bien informados, por lo que un editor debe tomar en cuenta los factores técnicos, funcionales y económicos involucrados.

Es muy común escuchar a los impresores hablar de si corre o no bien un papel en la máquina, lo que se refiere su comportamiento a

la hora de imprimir, es decir, si se mantiene liso, si el corte es cuadrado, si pasa por la prensa sin ondularse o sin crecer, etcétera. Otra preocupación es saber sobre la "imprimibilidad" o la forma en que recibe la tinta, se hace "piojos" (término comúnmente utilizado para referir el fenómeno que se produce cuando la tinta jala pequeños pedazos de recubrimiento o fibras de la superficie del papel al ir pasando por la prensa, dejando puntos blancos en el área de imagen en los hojas subsecuentes), si registra mal, si motea, o si se produce alguna falla en la imagen. Principalmente en estos aspectos habría que estar atentos al seleccionar un tipo de papel, pero veamos otras de sus cualidades:

humedad: la celulosa del papel reacciona al contacto con el agua, razón por la cual se expande al absorber la humedad y se contrae al perderla; acciones que pueden ocasionar que el papel se arrugue, doble o frunza y, en consecuencia, es muy difícil que el papel obtenga su estado original, por lo que es altamente recomendable proteger el papel de la humedad y aire seco, así que si se tiene en existencia deberá almacenarse perfectamente empacado. En cuanto a la humedad relativa vale la pena tomar en cuenta que ésta también afecta ciertas propiedades eléctricas, dado que el papel seco provoca estática, un problema menor, dicen los expertos, en la impresión offset, pero un dolor de cabeza en la xerografía y en la impresión láser pues la estática causa estragos en el toner y provoca poca definición de caracteres.

uniformidad: para una buena impresión se considera en la selección de papel el acabado, el recubrimiento, el calibre (peso)...., por lo que el papel debe siempre estar parejo, considerando que cualquier variación puede provocar desajustes en la máquina de impresión, problemas de imprimibilidad, pérdida de registros o de "corrimiento" del papel.

propiedades químicas: casi todos los métodos de impresión masiva (offset, rotativa, etcétera) ubican al papel en un contacto momentáneo con líquidos (agua, tintas, solventes...); considerando que el papel también incluye químicos, utilizados en su fabricación, si sus propiedades no son adecuadas los problemas de imprimibilidad pueden abundar.

resistencia: en el proceso de impresión predomina la necesidad de contar con un papel lo suficientemente resistente a las tintas, que por lo general son ligeramente pegajosas, lo que provoca que las fibras y el recubrimiento se despeguen de la superficie del papel al pasar por la prensa. El “desprendimiento” puede producir puntos blancos y otros tipos de imperfecciones en la imagen impresa, por lo que el papel debe ser lo suficientemente resistente para soportar el desgaste.

cualidades del papel en hojas: las prensa de alimentación por hojas, que es la más utilizada para la impresión de revistas, corren mejor cuando los pliegos²⁶ están refinados uniformemente y con las esquinas a 90°, lo que significa que un mal refine puede causar un mal registro, por lo que, además, los pliegos deben ser lo suficientemente firmes para pasar a través de la prensa sin que se mueva el registro, se arruge o expanda el papel.

cualidades del papel en rollo: las rotativas, que son comunes para la producción de periódicos y publicaciones de elevados volúmenes, sostienen con gran firmeza el papel y lo mantiene firmemente estirado al pasar por las cabezas de impresión por lo que el rollo debe ir en rollo o bobina, de forma pareja y sin uniones, además de que la tensión debe ser uniforme de lado a lado y a través de toda la bobina. Los empalmes o uniones han de ser lo suficientemente fuertes para evitar que se rompan. En este sentido es importante considerar que los papeles cubiertos impresos en rotativa pasan mediante una cámara de aire caliente que seca la tinta y que éste debe ser tan fuerte que pueda resistir el calor que, en caso contrario, puede quebrar el recubrimiento si éste no está bien fijado al papel base.

permanencia: considerando que las revistas, que como ya dijimos son un medio de comunicación permanente que se adapta a la vida

²⁷ Ver capítulo 5, apartado 5.1.

de sus lectores y además pasan de mano en mano, una de sus ventajas es, precisamente, su permanencia; así que el tiempo de vida en un papel y la forma en que se vislumbra lo manejarán y almacenarán los usuarios iniciales (prensistas) y los finales (lectores) afectan y determinan su selección. Porque ha de saberse que el tiempo pasa en todos los tipos de papeles, pero aquéllos de pulpas y suministros ácidos, son más susceptibles a tornarse quebradizos y decolorados, mientras los papeles libres de ácidos (conocidos como de pH neutro), permanecen blancos y flexibles durante más tiempo; asimismo los papeles con contenidos de algodón tienen más resistencia, durabilidad y se deterioran mucho menos con el tiempo.

Tal vez lo hasta aquí expuesto sea un poco técnico y aburrido y no nos dé "tips" prácticos para realizar una buena selección sin tener que tratar de entender lo que significa un 90% de composición de agua en el papel, entre otras muchas cosas raras de las que hemos hablado, así que tratemos de ser pragmáticos.

Empecemos por decir que la selección "práctica" de un papel irá íntimamente relacionada con el objetivo del producto, es decir, del tipo de revista, mercado, tiraje, etcétera; y que el costo del papel es directamente proporcional a su calidad, la que genera respuestas inmediatas en relación con el producto. Por todo esto, será primordial definir un diseño con base en las medidas comerciales (de las que hablaremos un poco en el capítulo 5) y tomar en cuenta algunas propiedades básicas del papel como son:

- blancura: entre más blanco, más agradable es a la vista
- lisura: entre más liso, mejor impresión, mejor reproducción y mejor sensación al tacto. Como premisa se dice entonces que, mientras más liso y más blanco, más gusta
- densidad: los papeles de menor densidad a grs/cm^3 tienen mayor opacidad
- opacidad: entendida como la cantidad de luz que pasa de un lado a otro. La opacidad no se lleva con la blancura, por lo cual, si se quieren papeles más opacos, estos serán menos blancos
- brillo: se refiere a la reflectancia de la luz
- brillo impreso: importante en papeles mate y semimate y permite el contraste entre texto, selecciones de color y plastas

- estabilidad dimensional: determina qué tanto crece el papel y, como ya vimos, es un punto importante para la productividad en máquina y registro.
- hilo y grano: dirección de fabricación de papel.
- humedad relativa: (HR) es el vapor de agua, expresado en porcentaje, medido en el aire a una temperatura dada y comparado con la capacidad que el aire tiene para absorber humedad a esta temperatura. En términos generales los papales para impresión están hechos con un contenido de humedad de 4% a 6%, bajo un rango de normas de 38% a 55% con temperaturas de 21 a 23.88° C²⁸.
- resistencia al doblez: para que no se quiebre o rompa.

2.1.2.3 La aritmética del papel

La unidad de medida de peso del papel son los gramos por m², es decir, el peso en gramos de un metro cuadrado de papel; por lo que el peso en kilogramos se refiere al peso de un millar de hojas de papel. Este aparente trabalenguas es muy fácil de entender si se lleva a la práctica. Contando con una balanza de precisión, podemos recortar un cuadro de papel de 10 cm por lado, es decir un dm²; al peso que registre la báscula, habrá que multiplicarlo por 100 o simplemente añadirle dos ceros y esa cantidad indicará el gramaje del papel.

Estos datos son importantes, pues permiten determinar el costo del papel seleccionado para los impresos. Una vez que se conoce el peso base (en gramos), y su medida y quiere definirse su peso en kilogramos (de un millar de hojas), basta con aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{Superficie (en m}^2\text{)} \times \text{Peso base (gramos)} = \text{KMH (kilos por millar de hojas)}.$$

27 La humedad relativa en México es aproximadamente de 44%, aunque puede variar dependiendo de la estación del año o, incluso, de la hora del día. Datos del Observatorio Nacional de la Ciudad de México.

Así por ejemplo, para determinar el peso en kilogramos de un millar de hojas cuyo peso base es de 100 gramos y cuya medida es de 57 x 87 centímetros, que es la medida más utilizada en revistas, tendríamos que:

$$\text{Superficie: } 57 \times 87 = .4959\text{m}^2 \times 100 \text{ gramos} = 49.6 \text{ KMH}$$

Para conocer el gramaje del papel, una vez que se sabe el peso exacto en kilogramos, es decir, de un millar de hojas y su medida, la operación es a la inversa:

$$49.6 \text{ kilogramos} / .4959\text{m}^2 = 100 \text{ gramos}$$

Ahora bien, para calcular el costo por metro cuadrado se aplica la fórmula:

$$\text{Precio por kilo} \times \text{gramos por metro cuadrado} / 1000 = \text{Precio por metro cuadrado}$$

Y para determinar el costo por metro cuadrado de un papel, por ejemplo de 255 gramos cuyo costo por kiló es de \$18.68, aplicando la fórmula tendríamos que:

$$\$18.68 \times 255 \text{ gramos} / 1000 = \$4.76 \text{ por metro cuadrado}$$

Los precios se han de conseguir con los distribuidores mayoristas y de los datos obtenidos partir para determinar los costos de producción de una publicación, claro, una vez que se tiene definido el papel a utilizar, el tamaño de la publicación y el número de ejemplares.

2.1.2.4 Papel reciclado!

Con eso de la contaminación un tema que se ha puesto de moda en el mundo de las publicaciones es el que se refiere al papel reciclado; desafortunadamente existe un desconocimiento absoluto en la materia, tanto que es común encontrarse con representantes de empresas, públicas o privadas, que encargan algún producto impreso, por ejemplo unas tarjetas de presentación, y lo primero que dicen es "queremos que sea en papel reciclado". Es común, por ejemplo, y principalmente en las Organizaciones no Gubernamentales y oficinas de gobierno, escuchar comentarios como: "Mi jefe quiere que sea en papel reciclado", "¿Estás segura que ese papel tan bonito es reciclado?" "Hagan el trabajo en papel reciclado para que el precio

sea más barato", o ya, los muy expertos dicen "Lo prefiero en papel ecológico en lugar de reciclado".

La realidad es que el papel reciclado es sólo uno de los papeles "ecológicos" que no sólo incluyen a éstos, sino que también a aquellos fabricados con celulosas libres de cloro, o bien con fibras anuales tales como el algodón o el bagazo de caña lo cuales son blanqueados con oxígeno con la particularidad de ser recursos que se renuevan más fácilmente que los árboles. Los papeles producidos con celulosa libre de cloro se consideran ecológicos debido a que se evita la utilización de ese compuesto tan contaminante, tanto para el aire (destruye el ozono), como para el agua (la vida en los ríos, lagos, mares).

Ahora bien, los papeles reciclados son considerados ecológicos debido a que para su fabricación se emplea papel viejo o desperdicios de papel que se vuelve a utilizar y del cual existen dos tipos:

desechos pre-consumidor: es papel que nunca ha sido utilizado en un proceso de impresión, es decir, papel sin imprimir, papel defectuoso o dañado que la imprenta no puede usar, desechos de refinado y papel de desperdicios del molino de papel o procesos industriales como fábricas de sobres o formas

desechos post-consumidor: incluye el papel de publicaciones, papeles de oficinas, bolsas y cientos de otros desechos domésticos que son seleccionados, atados y enviados nuevamente al molino. Por ser de gran volumen los desechos post-consumidor generan una gran urgencia por reciclar el papel y, sin embargo, su reprocesamiento es muy costoso debido, por un lado, a lo tedioso en los mecanismos de recolección y, por el otro, a que el sistema para remover los recubrimientos y las tintas eleva los costos de reciclaje, sin considerar que entre este tipo de desechos es común encontrar papel pintado de origen, lo que implica a su vez un proceso para remover las tintas que lleva a una etapa de destintado que, además de degradar las fibras, no logra remover el 100% de las tintas de origen, por lo que los papeles reciclados tendrán diferentes cualidades (resistencia, imprimibilidad, humedad) a los producidos a partir de fibra virgen.

Lo anterior sólo indica que si bien el reciclado de papel es de gran utilidad ecológica, lo que redundará en un beneficio no sólo a la

naturaleza sino en general para la vida del hombre, esto no significa que el papel reciclado, por su reproceso, se encuentre a precios más bajos; por el contrario en algunos casos específicos el papel ecológico llega a registrar precios considerablemente elevados.

El proceso para reciclado tiene que ver mucho con el porcentaje de fibras recicladas en el papel y con la procedencia de éstas, por lo que un papel que indica un 50% de reciclaje, puede significar que utiliza únicamente desechos pre-consumidor y nada de desechos post-consumidor, o viceversa. No obstante muchos papeles reciclados incluyen el 10% de desechos post-consumidor.

Por último cabe decir que el reciclado de papel acorta el tamaño de las fibras, lo que da como resultado una pérdida de fuerza o resistencia de las mismas, por lo que casi siempre es necesario mezclar el desperdicio con fibra virgen, lo que eleva todavía más los costos del producto final: papel ecológico.

2.2 La responsabilidad de editar

He de señalar que en realidad no hay, o por lo menos no que yo conozca, alguna definición que establezca que la edición sea una rama o especialidad de la comunicación, pero en lo personal me he tomado el atrevimiento de denominarla como tal, además de por el respeto que le guardo a esta actividad, por su importancia y el largo camino del conocimiento lograda, más que por la teoría adquirida en la academia, por esa ya citada práctica envolvente de una pasión por tinta, letras, colores y figuras y el amor a la labor del comunicador social.

Pasemos entonces a hablar de esa combinación exacta entre la teoría y la práctica que debe lograr el comunicador. Seguramente, al terminar nuestros estudios de licenciatura tendremos claro que “el periodismo es un medio específico de comunicación y expresión del pensamiento”²⁹; y si en nuestra práctica estudiantil hemos tomado

²⁸ Martín Vivaldi, Gonzalo, *Géneros periodísticos*, Paraninfo editores, pág. 13.

decisiones concretas para la elaboración y forma de abordar una noticia, después hemos clasificado los materiales disponibles y los hemos organizado para, finalmente, concretar en un documento escrito cuya "redacción estructural" como "técnica expresiva propia del periodismo"²⁹ la ubica dentro de los llamados género periodísticos, entonces quiere decir que dimos el primer paso en el proceso de edición de una publicación periódica.

Para llegar a ese "paso" tuvimos que haber adquirido la técnica como arma de la creatividad periodística, que nos permitiera conformar —o ir conformando— un estilo propio que busca la perfección, y ha sido concebido a partir de nuestro espíritu como simple estructura de pensamiento. Porque, para hablar al estilo escheriano, proyectar periodísticamente un suceso noticioso implica, necesariamente, una larga serie de intentos que nos llevan finalmente al "hermoso sueño en la insuficiente forma de una esbozo detallado... la segunda etapa: la confección de la estampa. Durante ella, nuestro espíritu descansa mientras nuestras manos trabajan"³⁰. Nosotros confeccionamos la información hecha noticia y, para ello, preparamos los materiales destinados para su difusión masiva dando el primer paso en ese prolongado y complejo proceso editorial de un medio impreso.

La edición en una publicación periódica, una revista, es tan simple como editar un artículo, un reportaje..., una entrevista. La pequeña diferencia estriba en el volumen de los materiales, la multiplicidad de tareas y la responsabilidad en un trabajo de conjunto, la del cuerpo editorial. Expliquemos estos puntos.

Como reporteros en una publicación nuestras funciones y responsabilidades irán estrechamente relacionadas con una "orden de trabajo". Si colaboramos, por ejemplo, para una revista mensual especializada en ciencia y tecnología cuyos contenidos están adecuadamente definidos para cada número, una vez recibida la orden que especificará: tema (temblores y crecimiento demográfico), fuentes

²⁹ Ibid, pág. 5.

³⁰ Escher Maurtis Cornelis, *Estampas y dibujos*, Benedikt Taschen, pág. 5.

(Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM (IIS), Departamento del Distrito Federal (DDF), otros), fecha de entrega, número de aparición, sección (si la revista está clasificada por secciones, de acuerdo a su temática, número de páginas, objetivos), longitud (6 cuartillas³¹) y, entre algunas otras cosas, orientación u objetivos del tema; nuestro papel como reporteros será definir la redacción estructural de un posible artículo de fondo, a partir, tal vez, de un pequeño "guión" o proyecto de contenido.

Antes de continuar con el ejemplo haremos un pequeño paréntesis para detallar algunos aspectos que debemos observar.

Primero, que la estructura organizativa del cuerpo editorial en una revista no se basa en la actualidad de la noticia, sencillamente porque la noticia, o se muere al otro día, o puede permanecer en descanso por largo tiempo; lo que hoy es noticia mañana seguramente ya no lo será; sin embargo es a partir de acontecimientos que pueden ser de interés general o de un público definido, que la información que manejemos como reporteros puede ser noticia, tener trascendencia o ser de utilidad para los lectores, la comunidad o nuestro entorno.

El segundo, íntimamente relacionado con el anterior, es que la definición de contenidos de una publicación, estará siempre pensada de acuerdo con el contexto, es decir, si una orden de trabajo determina investigar sobre los *Boletines electrónicos*, seguramente será porque en ese momento hay toda una corriente que insiste en que éstos modifican de manera notable el concepto sobre el uso de la computadora como medio de comunicación y difusor de información; en consecuencia nuestra labor será proporcionar a nuestros lectores, que en el caso ha de ser un público específico, la información suficiente para estar adecuadamente informados sobre el particular.

El último punto se refiere a la obligación, como profesionales de la comunicación, de ser los primeros en estar bien informados. Anécdotas sobre la "desinformación" de los comunicadores hay

³¹ En promedio, 1800 caracteres (golpes en máquina de escribir o en el sistema-lenguaje tradicional) por hoja tamaño carta, a doble espacio. Alrededor de 3000 caracteres si se hace en un procesador de textos de computadora.

muchas y me voy a permitir platicar una, por demás simpática, que de alguna manera explica este renglón. Hace algunos años, trabajando para la revista Información Científica y Tecnológica (ICyT), recibí una llamada de mi editor con una orden de trabajo que consistía en acudir al aeropuerto y "entrevistar a Yuri Gagarin, un astronauta soviético" que llegaba a las 7 de la mañana del día siguiente. Recibí la orden y por cuestiones de trabajo no fue sino hasta muy entrada la noche que me dediqué a "investigar" sobre el tema en lo único que tenía a la mano en ese momento: una Enciclopedia. Me enteré así que Gagarin había muerto en 1968, por lo tanto no podría entrevistarlo, pero ocupé un tiempito para leer sobre la ciencia y técnica de los viajes espaciales y luego me dormí; al día siguiente, en el aeropuerto, lo primero que hice fue preguntar por la sala que abordaría el astronauta soviético y más tarde entrevisté al "hombre satélite" Aleksei Leonov, primer humano que flotó en el espacio exterior y que tenía, en aquel entonces, el record mundial de permanencia en el espacio. La burla que ese día hicimos al editor "que nos manda a la guerra sin fusil", la podrán imaginar pero, en esto del periodismo, nada es insalvable.

Ahora bien, continuemos con el ejemplo de "temblores y crecimiento demográfico", pero como no perseguimos dar una clase de periodismo que nos diga cómo hacer un artículo, una entrevista o un reportaje, lo siguiente será estructurar la información obtenida que, *for ever*, dará respuesta a los tópicos, siempre fieles servidores: **qué, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué.**

Una vez obtenido el fruto de nuestro esfuerzo, entregamos el material, el cual deberá cumplir con ciertos requisitos previamente establecidos por el editor.

Por lo general, en una revista formalmente organizada el editor pide a los colaboradores la presentación de materiales a partir de la llamada "hoja cero", la cual deberá incluir: cabeza (título del artículo, el cual puede o no ser modificado, a criterio del responsable de redacción), cachucha (o cabeza secundaria), balazo (especie de sumario, pre-entrada, preliminar, llamado...), nombre del autor, nombre de la sección, número de edición, fecha de publicación, y pies de fotos o imagen (si se tiene contemplado el contenido gráfico, es decir la forma de ilustrar el artículo, tal vez se envíe a un fotógrafo con

el reportero a realizar las posibles entrevistas, o se piense ilustrar con viñetas o imágenes de archivo, en cualquier caso el reportero estará éticamente obligado a proponer la imagen y los textos adicionales aunque, finalmente la decisión será del editor apoyado en su consejo editorial, si lo hay).

A continuación presentamos un ejemplo de "hoja cero", la que deberá ir inmediatamente acompañada por el artículo, y reproducimos en copia la presentación final que se le dio al material del reportero.

REVISTA: ICyT

NUMERO: 110

FECHA: Noviembre, 1985

SECCION: Sociedad

CABEZA: El corazón de la patria no aguanta más

BALAZO: "...empezó la renombrada, la gran ciudad, México-Tenochtitlan, en medio del agua, en el tular, en el cañaveral, donde vivimos, donde nacimos..."

AUTOR: Luz Elena.Pereyra R.

PIES DE FOTO:

Foto 1

Fue sobre las ruinas de la gran Tenochtitlan que se construyó una nueva urbe: la capital de la Nueva España. (Foto: Arquitectura Mesoamericana, Aguilar).

Foto 2

Con el terremoto del 19 de septiembre resultaron seriamente dañadas las redes de agua potable. Su reparación es, así debe ser, un propósito prioritario dentro del proceso de reconstrucción de la ciudad de México. (Foto: Marcos Celis).

* Crónica Mexicayotl.

tanto como tratar de “echarse un clavado” dentro de un archivero revuelto para encontrarlo.

Por otro lado, también es frecuente observar que, para muchos, la computadora parece ser una herramienta más para jugar que para trabajar; y esto nos lleva a recordar que haciendo alguna vez una revista para una agencia de viajes, un formador decidió dar nombre a cada uno de los archivos que indicaban las distintas rutas de los diferentes cruceros que recorrían el mundo, de acuerdo con una relación de vinos que más le gustaban; cuando quisimos acceder la información sobre el *Sea Princess* Vancouver-Anchorage nos enteramos que el archivo lo mismo podía llamarse *whiskie*, *tequila* o algo por el estilo. El trabajo se retrasó algunas horas y el “novato” aprendió la lección.

La fórmula para lograr el orden dentro de una computadora resulta casi mágico, pues es mucho más sencilla que ordenar alfabéticamente un archivero ya que la máquina nos facilita esa tarea haciéndolo de forma automática y sin que siquiera nos demos cuenta. Podemos hacer la prueba realizando los siguientes pasos.

Si tenemos una computadora recién instalada con los programas que vamos a utilizar para nuestras tareas, digamos un procesador de textos un programa de diseño, una base de datos, etcétera, todos ellos dentro de sus respectivos directorios (archivos, folders o carpetas), pero al momento de utilizar algunos de los programas a la hora de “salvar” (guardar) la información no prevenimos un directorio para el trabajo, seguramente esta se irá derecho al directorio raíz o a los archivos que conforman el programa que estemos utilizando. Así que lo recomendable será, antes de trabajar en los programas, abrir una carpeta para el o los materiales a realizar; el mecanismo es el mismo que en el caso de los archiveros, sólo que con algunas limitantes y muchas ventajas que iremos viendo en el camino.

Para abrir las carpetas hay dos mecanismos:

- 1) si la computadora enciende directamente en el directorio raíz (C:\), donde al escribir *dir* seguido de un enter (↵) se despliegan los directorios de los programas e información instalados en la máquina, lo que tenemos que hacer es teclear (escribir): *md* seguido de un espacio y luego del nombre del archivo o carpeta que se pretende abrir (el cual no deberá de ser mayor de ocho dígitos —letras—) y ↵

Así, para crear una carpeta llamada "artículo" por ejemplo, escribiremos :

C:\ *md artículo* ↵

con lo que se quedara la carpeta instalada en el directorio raíz (lo podemos observar tecleando nuevamente "dir"). La forma de "ver", más no de acceder, desde el directorio raíz lo que hay dentro de la carpeta es escribiendo en:

C:\ *cd artículo* ↵ (o el nombre de cualquier archivo cuya carpeta se tenga en el directorio)

y una vez dentro, escribir *dir* ↵ para desplegar los archivos.

Por supuesto si deseamos tener "subdirectorios" dentro de ese archivo, lo podemos hacer siguiendo los mismos pasos, sólo que una vez dentro del directorio artículo:

C:\

C:\ *cd artículo* ↵ nos dará

C:\artículo\ ahí, entonces, escribimos el nuevo nombre, por ejemplo:

C:\artículo\ *md rev-mira* ↵

Como en un archivero los materiales irán siendo guardados por nosotros con la diferencia de que la máquina los ordenara alfabéticamente en el lugar que corresponda; sólo que hemos de tomar en cuenta que los archivos se irán almacenando directamente desde el programa en que estemos trabajando y que el direccionarlos a la carpeta es labor de nosotros como usuarios. Esto es, si estamos elaborando un documento en WordPerfect, a la hora de "salvar" el archivo la computadora "preguntará" qué nombre le queremos dar, entonces habrá que decirle, para seguir con el ejemplo, que lo coloque en el directorio *artículo* y dentro de él en *Rev-Mira* que puede ser una carpeta hecha para guardar sólo los artículos de esa publicación; así la secuencia para "guardar" será:

C:\artículo\ *rev-mira\basura* (éste último indica el tema o documento que se está guardando)

2) si la computadora está instalada bajo ambiente *Windows 95*, obviamente el acceso a los directorios se hará con la ayuda del *mouse* o "ratón" así que bastará con identificar el icono "Mi PC" y, una vez abierto, dar dos clic en el icono C:\, dentro de él ir a "Archivo",

a "Nuevo", a "Carpeta" y al aparecer "Nueva Carpeta" modificarlo por el nombre del directorio que pretendemos generar como *artículo*, para seguir con la idea del caso anterior.

Para generar los sub-directorios dentro del archivo artículo se siguen los mismos pasos: se abre "Mi PC", una vez ahí se va a C:\, luego a *artículo*, de ahí, en "Archivo", a "Nuevo", a "Carpeta" y se modifica el nombre "Nueva Carpeta" por "Revista Mira".

Es importante saber que:

a) Windows 95 permite almacenar archivos con más de ocho dígitos, sólo que si se quiere "ver" en directorio raíz como se mostró en el punto anterior, la posibilidad será limitada.

b) Los archivos se "guardan" igual que en la forma señalada en el punto 1, es decir, desde cada programa, con la facilidad de poder entrar al archivo, direccionando al programa, directamente desde "Mi PC".

c) Se pueden generar carpetas saliendo de Windows 95 a directorio raíz, con sólo ir a "Inicio" de ahí a "Programas" y a MS-DOS, lo que nos llevará a:

C:\windows y *cd..* ↵ nos llevará a

C:\ desde donde es posible iniciar el proceso 1.

Para regresar a *Windows 95* basta con escribir:

C:\exit ↵

Ahora bien, para borrar archivos desde directorio raíz, basta con entrar a los subdirectorios, si es que los hay, e indicarle:

C:\artículo\rev-mira\del *.* ↵

regresar a

C:\artículo con *cd..* y escribir en:

C:\artículo\rd ↵

si se desea borrar la carpeta *artículo*, se escribe en

C:\rd ↵ y el directorio desaparecerá del disco duro

Borrar archivos desde *Windows 95* resulta mucho más sencillo, pues basta con localizar las carpetas y subcarpetas o subdirectorios y, desde "Archivo" *eliminarlos*, o *suprimirlos* con la tecla "Supr", acciones que provocarán que los archivos sean trasladados a la "Papelera de reciclaje" que es una carpeta que trae el programa, de origen, para guardar por un determinado tiempo los archivos y que, por aquéllo

de los arrepentimientos, resulta de gran utilidad. Es recomendable en este caso “vaciar” la Papelera con cierta regularidad, para liberar el disco duro, pues tenerla “al tope” sería tanto como trabajar en un escritorio inundado de papeles inservibles.

Hasta aquí hemos hablado someramente de la forma de editar un material y dejarlo listo para ser publicado, lo cual significa que lo entregamos al responsable editorial y nos olvidamos. Ahora pasemos a hablar del editor, sus funciones y responsabilidades que tienen que ver con la multiplicidad de tareas, el trabajo de conjunto y todo ese proceso complejo mencionado en un principio.

2.3 Edición de revistas

Hay una buena variedad de formas de organizar una publicación y cada editor impone su estilo, tal vez imitando otros mecanismo, pero generalmente incorpora técnicas que considera adecuadas según el tipo de publicación; el equipo de trabajo; los recursos económicos y materiales con que cuenta; la relación con los directores, dueños o patrocinadores de la revista y con el consejo editorial, si es que lo hay; y otros que en la práctica irán apareciendo.

Partiremos ahora de la posible experiencia que como profesionales del periodismo escrito podemos tener, para entrar de lleno en la **edición de revistas**.

Una revista es simplemente una publicación periódica con escritos sobre varios temas o sobre uno en especial. Las hay sobre política, economía, ciencia, mecánica, belleza, arquitectura, automovilismo y automóviles, tecnología, decoración, bebés, platillos voladores, novias, padres, hijos, homosexualidad, literatura, robótica, perros, gatos y todos o cualquier tema que se pueda considerar de interés para alguien y cuyo “vacío de información” merezca una inversión en tiempo, dinero y esfuerzo.

Si la revista a editar se encuentra ya en circulación, es decir, se está vendiendo (en puestos de periódico, locales cerrados, por suscripción, librerías, entre otros), regalando (a empleados de alguna empresa, institución gubernamental o educativa, sindicato, etcétera),

intercambiando por algún tipo de donativos o cualquier otra forma de distribución, podemos estar seguros de tener una buena parte del trabajo editorial resuelto. Si no es así, veamos el significado de empezar de cero.

Pongámonos como ejemplo la revista *Decisión Bit*, cuyo tema central es la informática. Primero, porque analizarla desde su origen puede significar la experiencia de conocer, desde la concepción de su nombre, hasta la puesta en el mercado de un producto con olor a tinta.

Hacer una revista de informática fue una idea nacida de un hombre dotado de esa visión del negociante, conocedor de los medios impresos y, además, con largos años de experiencia en el mundo de las revistas. Isaac Arriaga, responsable de un departamento de edición de libros en la empresa *Novedades de México*, una vez aceptado su proyecto sobre la necesidad de cubrir ese vacío de información sobre el tema de la informática, se dio a la tarea de conformar un grupo editorial. Cabe decir que esto sucedía en un momento en que aún las computadoras personales no se consideraban indispensables en una oficina de edición. Se incorporó entonces un equipo modesto: editor, asistente editorial, jefe de redacción, diseñador, formador y una secretaria; paralelamente se aglutinaron en torno a la revista —aún sin nombre—, un grupo de colaboradores externos entre reporteros, dibujantes y fotógrafos; consejo editorial; un departamento de publicidad y algunos apoyos anexos proporcionados por *Novedades* (como el director de arte); además, se pusieron al alcance de la revista todos los recursos económicos (sueldos) y materiales de que disponía el periódico (oficina, teléfonos, máquinas de escribir, escritorios, servicios de composición tipográfica, entre otros).

En este caso no fue sólo llegar y poner en práctica los conocimientos teóricos, ya que el trabajo del editor inició en la adecuación del proyecto editorial que empezaba a gestarse. Pasaron entonces algunos meses en que el equipo editorial se dedicó a conformar el contenido y la imagen visual de la publicación, empezando por definir el tipo de público al que se dirigiría la revista, el nombre (se llegó a tener una lista inicial de alrededor de 100 propuestas), el eslogan (finalmente decayó en el de “alta tecnología en negocios”,

cuando se pensaba en definirla como “la revista mexicana de informática”, por ser una de las primeras en su género), las secciones que la conformarían, el número de páginas (se decidió en 64), tipo de papel, tintas, elaboración de índices para un número cero y algunos subsecuentes, entre otras tareas.

Salvadas todas estas etapas, planteadas muy ligeramente y sólo para empezar a relacionar al futuro editor con el cúmulo de lazos y responsabilidades que le esperan, vayamos ya a esa práctica cotidiana cuyas técnicas empiezan a vincularse, a partir de la toma de decisiones en la producción editorial que está determinada por una política editorial.

3 Política editorial

Comentamos páginas antes sobre la combinación exacta que se debe lograr entre la teoría y la práctica, la cual en nuestra rama sólo se alcanza cuando el editor conoce todas y cada una de las etapas del proceso editorial, que incluye algo más que la producción; es decir, contempla el conocimiento y manejo de la política editorial.

La política editorial debe entenderse como la norma que rige a una línea editorial determinada y tiene como propósito darle coherencia y unidad. Para entenderla, la hemos dividido en dos partes: contenido editorial e identidad visual.

En este sentido y aun cuando no es una práctica muy usual en las oficinas de comunicación, es importante considerar la necesidad de elaborar un manual de política editorial, en el cual se definan los criterios, tanto para el contenido como para la imagen.

3.1 Contenido editorial

Si bien la política editorial que determina los criterios de contenido en una publicación pueden ser definidos a partir de la dirección y/o del consejo editorial, ésta será la base o el "libro de cabecera" del editor y su equipo de trabajo.

Lo anterior no significa que si somos contratados como editores de una revista ya encaminada, ésta cuente necesariamente con su manual de política editorial. Si lo tiene, excelente, de lo contrario habrá que partir de la existencia de una política editorial no documentada que, a fuerza de la costumbre, se ha ido imponiendo como norma de trabajo.

En materia de contenido, la política editorial norma los criterios de redacción en lo que se refiere a cuestiones ortográficas y tipográficas pero, sobre todo, determina el método y la forma, mismos que imponen un estilo propio y particular para cada publicación, de acuerdo con el público al que ésta se oriente.

La política editorial implica también la decisión en cuanto al manejo del lenguaje (metalenguaje, morfosintaxis), ideología, filosofía, estrategias de información, etcétera; definida en algunas instituciones —públicas o privadas— organismos informativos o publicaciones como “Manual de estilo” o como “Manual del editor”.

3.2 Identidad visual

Es también parte del trabajo del editor conocer y manejar algunos aspectos que tienen que ver con la imagen o identidad visual de la publicación de manera que, luego de definir “qué somos” o “qué vamos a ser” como revista, la obligación es participar en el proceso que permite hacer que la identidad se vuelva imagen.

3.2.1 Elementos de la identidad visual

Hay así, un sistema de identidad visual que contempla los siguientes elementos:

Logotipo.— El elemento físico que dan personalidad corporativa a una empresa o institución y, en el caso particular, a una publicación periódica o revista. El logotipo se constituye, a su vez, de tres elementos:

Símbolo.— Es el selló visual más definido de una empresa³² y se caracteriza porque, generalmente, es arbitrario; es decir no tiene

— — — —

³² “Es impensable la existencia de una compañía que carezca de un símbolo, pues sería lo mismo que no disponer de una personalidad física”, Rodríguez Pineda, Arturo, *Comunicación gráfica, manual para el editor*, Tesis de licenciatura, UNAM, FCPyS.

necesariamente una relación natural con la empresa y sus servicios; aunque para su diseño se buscan elementos que permitan su fácil identificación.

Texto y tipografía.— Es el nombre de la compañía y la manera como se escribe, cuando acompaña al símbolo. Por lo general está conformado por las iniciales de la empresa o institución (UAM, BANCOMER); llegan a darse casos también en las publicaciones periódicas como en la revista Información Científica y Tecnológica del Conacyt, que se presenta como ICyT.

Para definir este elemento en la construcción de un logotipo, valdría la pena seguir las recomendaciones de algún estudioso del tema como Luis Tejeda Palacios³³ quien recomienda cumplir las siguientes condiciones: brevedad, eufonía, pronunciabilidad, recordación y sugestión. Lo anterior porque el nombre, cuanto más corto, mejor; cuanto más agradable sea su sonido, mejor; cuanto más pronunciable sea en cualquier lengua, mejor; cuanto más recordable sea y más sugiera, mejor.

Color.— Es el elemento distintivo de la identidad visual, por lo cual se recomienda el uso de un color base en el logotipo. Cabe decir que no existe ninguna norma o teoría que determine o prohíba el uso de ciertos colores, por lo que la decisión queda siempre al arbitrio y buen gusto del diseñador, quien siempre buscará imponer una identidad cromática en su audiencia.

Estos elementos constituyen la personalidad corporativa y el identificador de la empresa, aunque en cuanto al símbolo y la tipografía es posible hablar de cierta autonomía como categorías en torno a las cuales se construye la identidad.

Por ejemplo, durante el diseño del logotipo de una revista denominada *La pasión de leerse* pensó en ubicar la imagen en torno a los ojos, utilizando como símbolo los de un búho, de manera que, una vez lograda la aceptación e identificación del público, bastara

— — — —

³³ *Gestión de la imagen corporativa. Creación y transmisión de la identidad de la empresa.* Ed. Norma/serie Norma Empresas y Empresarios. Colombia, 1987.

sólo con ver los ojitos en algún lugar para reconocer la revista; no obstante se optó más por la idea de “la magia de la lectura” así que la identidad se determinó a partir de un genio, parecido al de la lámpara de Aladino.

Así podríamos citar cientos de ejemplos y divertirnos observando imágenes corporativas que siempre nos significan algo, aún cuando sus elementos se encuentren separados.

3.2.2 La identidad visual de una revista

En el caso particular de una revista, la imagen visual contemplará también el lugar de ubicación del logotipo, de acuerdo con el tamaño y formato de la publicación. Por regla general el título de una revista se ubica en la parte superior, por cuestiones de imagen, métodos de lectura (de arriba hacia abajo) y, entre otros, mercado (según el lugar de ubicación en puestos de periódico, tiendas de autoservicio, entrega directa, etcétera).

Independientemente de su ubicación, en cuanto al logotipo en una revista, constituido por un símbolo y un texto, deberán respetarse sus proporciones, la posición que deba tener en la revista y es recomendable mantener un color oficial.

En este punto, existen casos particulares en los que las decisiones editoriales y de diseño imponen como norma el cambio de color en la imagen, para cada número. Es decir, se mantienen los rasgos en cuanto a símbolo y texto, pero se modifica para cada edición el color del logotipo que generalmente acompaña también las páginas interiores. Tal es el caso, por ejemplo, de la guía *Tiempo libre*, del *Boletín informativo* del Instituto Nacional Indigenista (INI) o de la revista *Rostros y Voces* de grupos de Organizaciones no Gubernamentales.

3.2.1.1 Páginas interiores

La definición visual de una revista incluye no sólo la imagen de su logotipo, que considera básicamente a la portada y que además

determina la necesidad de ubicar algunos registros obligados ante las Secretaría de Hacienda, de Gobernación y de Comercio y otros que veremos más adelante, sino que incluye también la imagen visual de la revista en su conjunto. Es decir, una vez que se ha decidido la imagen institucional, habrá que definir también la imagen visual para cada una de las secciones o partes que conforman la publicación y que le van a dar cierto nivel de importancia, pues orienta a los lectores de acuerdo con sus gustos y preferencias.

Si somos un poco observadores, condición obligatoria para cualquier editor, por iniciado que sea, podremos darnos cuenta que hay infinidad de formas de presentar, por ejemplo, el directorio, el índice, el editorial y los distintos contenidos. Esto depende de la temática de la revista, del número de páginas y secciones, etcétera. Lo cierto es que esta es una decisión contemplada como una política editorial en la que pueden participar en conjunto el director, el editor y el jefe de arte o diseño o bien, puede ser una decisión arbitraria en la que el diseñador proponga y el director decida.

Aunque esta es una situación secundaria, sí es importante que el editor tenga un conocimiento visual sólido sobre la forma de presentar la imagen de su revista o publicación; independientemente de las decisiones que se tomen en cuanto a la forma o el lugar como se ubiquen los contenidos.

3.3 Recomendaciones administrativo-editoriales (registros)

Si bien es cierto que el editor no necesariamente participa en los quehaceres administrativos, sí es importante que conozca de los procesos que se siguen para constituir legal y administrativamente una publicación; y más si se trata de un negocio lucrativo que no sólo se plantea convertirse en un proyecto sustentable (como en el caso de las publicaciones emanadas de las Organizaciones no Gubernamentales) o autofinanciable (revistas de la iniciativa pública que tienen como

norma la venta de, por ejemplo, las suscripciones), sino que pretenden vivir de la publicación, obtener beneficios y entre otras cosas, por qué no, generar empleos.

Concretamente nos referiremos a los registros.

Licitud de título y contenido.— Las revistas ya existentes, forzosamente pasaron por el largo y tedioso camino que llevó a constituir las formalmente. Así que si tenemos la intención de editar una nueva revista, lo primero que tendremos que hacer es registrar su nombre, una vez decidido. Para ello se solicita ante la Dirección General de Derechos de Autor, dependiente de la Secretaría de Gobernación (SG), el reconocimiento de no registro del nombre que se pretende usar, pagando un costo aproximado de 100 pesos por concepto de investigación. El tiempo establecido para librar este trámite es de 48 horas.

Una vez reportado el "no registro", se procede a registrar, ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, la Licitud de título, para lo cual deberá tenerse perfectamente definida la figura legal que representará a la publicación como casa editora. Es decir, si se trata de una persona física o de una persona moral (Sociedad Anónima, Sociedad o Asociación Civil. En cualquier caso, se impone la necesidad de estar debidamente registrados y actualizados ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, pues toda publicación está obligada, además de a pagar los impuestos correspondientes, a imprimir en la carátulas el código de barras³⁴ o registro federal de contribuyentes del representante o figura legal.

Asimismo, toda revista deberá de solicitar la expedición del Certificado de Licitud de contenido, el cual se tramita ante la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación.

³⁴ El código de barras es proporcionado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público luego del registro correspondiente; en él destaca el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) de la empresa responsable de la edición.

La obtención del Certificado de licitud de título, así como del Certificado de licitud de contenido tienen³⁵ un costo promedio de \$450.00 pesos y \$1500.00, respectivamente y son derechos que se tienen que actualizar anualmente.

ISSN.— El Centro Mexicano del *International Serial Data System*, ISDS³⁶, tiene entre sus objetivos la difusión de la información sobre las publicaciones seriadas mexicanas que han recibido el código conocido como ISSN, por sus siglas en inglés, *International Serial Standar Number*, que es el Número Internacional Normalizado para Publicaciones Seriadas³⁷ o código de identificación único, el cual está formado por ocho dígitos (incluyendo un número verificador) que permite la identificación de cualquier publicación seriada vigente o que dejó de publicarse, sin importar el lugar de origen, el idioma o su contenido.

Para diferenciarlos, cabe decir que al título de una publicación seriada se le asigna sólo un ISSN³⁸. Éste es inseparable del título clave, el cual es una forma normalizada del título aparecido en la publicación. A los títulos idénticos se les distingue con información adicional para hacerlos únicos.

⁵⁶ Datos hasta 1997.

³⁶ El Centro Internacional de Registro de Publicaciones Seriadas es una red internacional integrada por centros regionales y nacionales, cuyo objetivo es la creación y mantenimiento de bancos de información de las publicaciones seriadas editadas en los diferentes países; esta red fue promovida por la UNESCO y, en México, el Centro del ISDS es el encargado de asegurar el establecimiento y funcionalidad del sistema automatizado del registro de publicaciones seriadas editadas en nuestro país. En este sentido, el Centro Internacional de Registro desempeña las funciones de: asegurar el control bibliográfico de las publicaciones seriadas editadas aquí; satisfacer los pedidos concretos de asignación del ISSN por parte de los usuarios y difundir a nivel nacional e internacional los registros asignados.

³⁷ No confundir el ISSN con el ISBN que es la solicitud para la tramitación del Número internacional Normalizado de Libros.

³⁸ *Boletín del ISSN*. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, México, 1987, Número 3, diciembre 1987.

La obtención de este código no representa costo alguno para el editor de una revista, el que únicamente tiene que enviar la cubierta o portada de la publicación antes de su aparición, o un ejemplar de la revista si ésta ya existe.

En cuanto a la identificación del tipo de publicación, el Centro Mexicano del ISDN, dependiente del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT), define la siguiente clasificación:

1.— Publicaciones seriadas: publicación impresa o no, editada en partes sucesivas generalmente, con designaciones numéricas o cronológicas y que pretende continuarse indefinidamente. Las publicaciones seriadas incluyen a las periódicas o revistas, periódicos o diarios: las anuales (informes, anuarios, directorios, etcétera); memorias, actas de sesiones de sociedades y asociaciones; así como series monográficas.

2.— Publicaciones periódicas: publicación seriada, editada normalmente con frecuencias menores que anual y la cual se caracteriza por la variedad de contenido y de autores tanto dentro de cada fascículo como de un fascículo a otro.

3.— Diario: publicación seriada, editada a intervalos de tiempo cortos y determinados, generalmente diario, semanal o bisemanal y que reporta eventos o discute tópicos de interés general y actual.

4.— Serie monográfica: grupo de publicaciones separadas, pero que se relacionan una con la otra porque cada edición lleva además de su título propiamente dicho, un título colectivo que se aplica al grupo como un todo: por ejemplo el título de la serie. Las series monográficas pueden o no estar numeradas.

4 Proceso de edición

Ahora que sabemos como se define una revista en cuanto a su contenido e imagen, pasemos a ver cómo se ponen “manos a la obra”; es decir, introduzcámonos en el proceso de edición de una revista.

4.1 Los índices

En una publicación periódica se consideran, para la definición de los índices, una gran variedad de factores entre los que, superficialmente, mencionaremos algunos: la novedad, en este caso de los nuevos productos disponibles en el mercado; los avances en desarrollos tecnológicos; las aplicaciones en investigación y educación; la importancia o no de incluir información histórica sobre los temas a abordar; la “necesidad” de incluir información sobre nuestros posibles anunciantes; etcétera.

La elaboración de índices implica todo un trabajo de planeación que puede llevar mucho tiempo y obliga al equipo a preparar índices por adelantado, para cubrir los calendarios oportunamente (pues la lucha contra el tiempo es una constante); los índices irán siempre ajustándose a las fechas de salida y a las necesidades de espacio (sobre estos puntos hablaremos más adelante).

Para conformar los índices intervienen en reuniones periódicas (en algunos casos una o dos veces por número): el consejo editorial, generalmente integrado por especialistas en la materia; los directivos de la revista y; el editor, que puede hacerse acompañar por algunos de sus colaboradores como el jefe de información o el de diseño. Este tipo de reuniones se manejan como una especie de mesa redonda donde

generalmente se hacen críticas y observaciones sobre la edición anterior y se discuten las propuestas para conformar los números subsiguientes, abocándose principalmente a la conformación del número más próximo a su publicación.

Reiteremos la obligación de estar bien informados y de poner en práctica nuestros conocimientos como investigadores, porque todo periodista es un investigador que experimenta profundamente la necesidad de una "actividad unificadora", de un método de superación de los conocimientos diversos para "reunir racionalmente, lúcida-mente, la práctica y la teoría, el objeto y el sujeto, la realidad y el 'valor' del hombre, el contenido y la forma del pensamiento, la ciencia y la filosofía, todos los elementos de la cultura. Dicha unificación, nos dice Henri Lefebvre en su *Teoría del conocimiento*³⁹, debe venir "de los propios elementos, racionalmente y, por lo tanto, libremente, es decir, según una necesidad interna comprendida y dirigida... reclama nuevos métodos, una lógica a la vez rigurosa y ágil, que se mantenga *al nivel* del trabajo del pensamiento científico, sin que por ello se contente con registrar pasivamente las técnicas y los resultados de las ciencias separadas".

Es a partir de que llegamos a experimentar esa "actividad unificadora" que nos vamos convirtiendo en especialistas de la información, en el área que sea. Tal vez antes de la militancia profesional seamos algo así como "todólogos de la cultura", pero una vez incorporados en los medios nos hacemos "expertos"; si es, por ejemplo en un diario, forzosamente nos especializaremos según la fuente, en nota roja, política, sociales, cultura; si se trata de algún medio electrónico y la conducción nos manda al estrellato, nuestro ámbito quedará bien definido; en caso de involucramos en una revista, si ésta es sobre ciencia, pronto seremos unos expertos comunicadores en la materia.

Este paréntesis pretendé explicar que la conformación de los índices en una revista deja implícito que los involucrados, todos, son

— — — — —
³⁹ Lefebvre, Hemi, *Lógica formal, lógica dialéctica*, Siglo XXI editores, 8a. edición, 346 págs.

o se están “convirtiendo” en expertos en la temática de la publicación, experiencia que se logra buscando siempre estar bien informados.

En una revista una de las tareas del cuerpo editorial es el seguimiento de noticias, es decir, para estar “empapados del tema” se realizan consultas diarias en los distintos periódicos, revistas, manuales; también se establecen contactos con todos aquellos sectores que puedan proporcionar información sobre noticias, desarrollos y actividades afines que se gestan en torno al motivo de la revista.

Así, se define sobre qué versará el reportaje principal; los temas a tratar en una sección de, por ejemplo, cápsulas informativas; el libro o los libros a reseñar (si es que se contempla un espacio para ello), la entrevista; las actividades del mes; la sección de correspondencia; el editorial y; por supuesto el tema de portada.

Para darnos una idea más clara regresemos al ejemplo de la revista *Decisión Bit*, veamos las secciones⁴⁰, que la integran y algunas de sus características:

Portada.— Aparece siempre con una imagen rebasada cuyo tema es el artículo central anunciado en proporción; el nombre de la revista en la parte superior a lo ancho de la página (logotipo: símbolo, texto (nombre y/o eslogan) y en el extremo superior izquierdo la fecha, número y precio por ejemplar. Podemos observar otras publicaciones para ver las diferentes formas en que están distribuidos los elementos que conforman las portadas, las cuales en la actualidad están obligadas a destacar el código de barras y el ISSN, registro del que hablamos en el apartado de política editorial.

Diálogo.— Es el espacio que comúnmente se conoce como “correspondencia” o “del lector” y cuya finalidad es proporcionar a los lectores la posibilidad de hacer llegar sus sugerencias, críticas u observaciones. El comentario sobre este punto es que en las publicaciones donde se ha establecido como norma que aparezca un

⁴¹ De acuerdo con la necesidad de organización y de la forma como se ubican los contenidos, la portada y los espacios destinados a publicidad son considerados dentro del calendario como si fueran secciones fijas.

espacio de este tipo, en los momentos en que no se obtiene respuesta del público lector, la mesa de redacción se aboca a la tarea, que es un secreto a voces, de cubrir el espacio, es decir, inventa las cartas.

Presencia.— Es el nombre que la publicación decidió dar al editorial. En una revista este género periodístico sufre ligeras desviaciones en cuanto al objetivo estricto que se sabe debe cumplir un editorial, pues la posición de una publicación temática en ocasiones obliga a limitar su forma a una simple presentación del número, con uno que otro punto de vista sobre alguno de los contenidos.

Contextos.— Pequeñas noticias internacionales presentadas a manera de cápsulas informativas.

Aquí.— Pretende mostrar la capacidad y eficiencia de la productividad nacional en todos y cada uno de los ámbitos de trabajo que se encuentren relacionados con la informática.

Temas.— Incluye artículos de fondo, de opinión, entrevistas y reportajes sobre diferentes tópicos informáticos.

Micros.— Dedicado a abordar algún tema que tenga que ver únicamente con las computadoras personales.

Sólo para ejecutivos. Dirigida a los responsables en la toma de decisiones de una organización pública o privada.

H&S.— Por sus siglas: hardware y software. El género se presenta, por lo general, en un lenguaje técnico y podría decirse para especialistas o no principiantes.

Biblioteca.— Reseña de libros.

Para... — Sección de eventos anunciados durante el mes siguiente a la fecha de publicación y que se presenta abierto tanto a empresas como instituciones de enseñanza o dependencias gubernamentales (nacionales e internacionales).

Del archivo.— Presenta historias de empresas, personalidades, máquinas, y que pueden ser leídas como anécdotas, documentos históricos, chismes, etcétera.

Asistimos a... — Reseña los distintos eventos realizados durante el mes anterior y va estrechamente relacionada con la sección *Para...*, sólo que además, está acompañada por imágenes.

Una vez definido el índice que, como señalamos anteriormente, puede estar adelantado ya en algunas de sus partes, se empieza con

la "talacha periodística" coordinada por el editor a partir de sus *calendarios*.

4.2 Calendarios

Los calendarios son simplemente tablas de control que giran principalmente en torno a fechas sobre órdenes de trabajo, mesa de redacción, diseño, publicidad, envío a la imprenta y entregas; y van de la mano de lo que podríamos llamar la tabla de control de contenidos.

Para calendarizar lo primero será tener bien delimitadas las secciones que conforman el número a editar, mismas que tendrán un contenido base establecido durante la construcción del proyecto y que pueden sufrir algunas modificaciones pero quedarán definidas los más certeramente posible a partir de la elaboración del índice.

Veamos un ejemplo recordando las 14 secciones que integran *Decisión Bit* y, a partir de ellas, entremos de lleno al proceso editorial, controlado a partir de un calendario que impondrá los ritmos de trabajo para llevar a buen término una edición, en este caso mensual.

DECISIÓN BIT	
No.: <u>12</u> Mes de aparición: <u>septiembre</u> Edición: <u>agosto</u>	
Tabla de contenido	
SECCIÓN	RESPONSABLE
Diálogo	Mesa de Redacción
Presencia	Editor
Ambito	Reportero 1
Contextos	Mesa de Redacción
Aquí	Reportero 2
Temas	Artículo 1: Reportero 3
	Artículo 2: Reportero 4
Micros	Reportero 5

SECCIÓN	RESPONSABLE
Sólo para ejecutivos	Artículo 1: Reportero 6 Artículo 2: Reportero 7
H&S	Reportero 8
Biblioteca	Mesa de Redacción
Para...	Mesa de Redacción
Del archivo	Reportero 9
Asistimos a	Mesa de redacción5

CALENDARIO

No.: 12 Mes de aparición: septiembre Edición: agosto

Elaboración de Índice	Agosto 1°
Órdenes de trabajo	Reporteros 2 a 4 de agosto
Entrega de materiales	Reporteros 2 a 14
Órdenes de trabajo	• Fotógrafos 4 a 6 • Ilustradores 4 a 6
Entrega de materiales	• Fotógrafos 6 a 14 • Ilustradores 6 a 14
Mesa de Redacción	Corrección • Mecanografía-captura 2 a 15 — Artículo 2 a 15 — Galeras 2 a 15
Elaboración de redes	• Redacción 12 • Publicidad 12
Diseño	• Diagramación 3 a 14 • Formación 3 a 15
Cierre de edición	• Redacción 14 a 15 • Publicidad 14 • Diseño 14 a 15
Envío a la imprenta	16 de agosto
Impresión	16 a 26
Distribución y venta	27 en adelante

La política editorial de la revista definirá las condiciones de entrega en cuanto a contenidos, estilo periodístico-literario, extensión de los materiales, perfil de los colaboradores y, entre otras cosas, tiempos de entrega para cada número.

4.3 Órdenes de trabajo

La práctica periodística se presenta en la realidad de una revista como en esa pirámide invertida que proyecta la nota informativa y en cuya entrada tendremos el quién hace qué, cómo, cuándo, dónde y por qué; luego el desarrollo y, finalmente el desenlace más o menos previsto.

Así, el editor definirá quién hace qué, en cuanto a texto e imagen y dará a sus equipo las órdenes de trabajo. La distribución de actividades puede darse en forma vertical, es decir, el editor tiene la autoridad para decidir por cuenta propia el reparto de temas, contemplando el perfil de sus reporteros, quienes de alguna manera ya demostraron su capacidad para responder como especialistas al trabajar una sección. También se pueden distribuir tareas a partir de una reunión con los colaboradores más cercanos como el jefe de información y de redacción. Otra modalidad sería, a criterio del editor, reunir a los reporteros en la fecha fijada para la entrega de órdenes de trabajo y darles a escoger el tema de su preferencia. En cualquiera de los casos se le informa a los reporteros y al cuerpo editorial en su conjunto sobre el calendario de actividades y se les solicita contactar sus entrevistas lo más pronto posible para fijar fechas de trabajo con los fotógrafos e ilustradores.

La relación de los reporteros, fotógrafos e ilustradores se coordina a partir del editor o del jefe de información, si es que lo hay, buscando siempre se reúnan para definir adecuadamente el tipo de imagen que mejor corresponda al tema que se esté trabajando. Lo anterior asegura, por lo regular, el trabajo de equipo, con mejores resultados, pues es el reportero quien tendrá mayor visión sobre la forma como pueden ir ilustrados sus materiales. Sería entonces responsabilidad de los reporteros solicitar un dibujante o un fotógrafo (a quienes debe asesorar el director de arte o jefe de diseño), para apoyar la parte

gráfica, aunque en algunas publicaciones se estila que el editor coordina el trabajo con su director de arte, sin involucrar al resto del equipo. Esta forma de funcionar es común en los diarios, pues siempre se trabaja contra reloj.

4.4 Mesa de información

Tradicionalmente las revistas conformadas por todo un equipo editorial incluyen a un jefe de información quien se encarga de las relaciones al exterior, es decir, de conformar y actualizar la información requerida para la elaboración de todos y cada uno de los materiales que conformarán cada edición.

Para el editor, sus jefes de información y redacción son “sus brazos fuertes”. En cuanto al segundo ya vimos algunas de sus funciones más precisas y, en cuanto al jefe de información podría decirse que su especialidad es precisamente la información. El, no sólo se convierte en un experto en el tema de especialidad de la revista, sino que es algo así como un banco de datos ambulante.

El jefe de información se responsabiliza de la revisión permanente de los distintos medios, impresos y electrónicos, que aborden algún aspecto relacionado con el tema central de la revista; de manera que durante las sesiones de trabajo para definir los índices o contenidos de ediciones futuras, las recomendaciones que el jefe de información pueda hacer, son la base para determinar los números en su conjunto.

El banco de datos es el punto de arranque de una orden de trabajo; porque una vez definido el plan y determinado el quién hace qué, en cuanto a la elaboración de contenidos (entrevistas, reportajes, notas, cápsulas, reseñas, etcétera), el jefe de información es quien apoya en la obtención de fuentes emisoras de información para cada uno de sus reporteros.

Esto quiere decir que un buen jefe de información, en una revista debidamente organizada e independientemente de la temática que aborde, es aquel que no sólo orienta a los reporteros sobre las fuentes de información y materiales que ha de utilizar para elaborar su trabajo,

sino el que proporciona a su equipo los elementos necesarios y suficientes para agilizar la tarea periodística.

Si un reporte sale de su centro de trabajo con los nombres de sus entrevistados, acompañados de teléfonos y direcciones donde se les puede ubicar, además de alguna bibliografía relacionada y datos hemerográficos que sirvan de pauta para abreviar el preámbulo en una entrevista, reportaje o investigación, podemos tener la seguridad de que en ese centro de operación de una revista se cuenta con un verdadero jefe de información.

4.4.1 Bancos de datos versus Internet

Pero ya que tocamos el tema fuentes de información, hablemos de lo que son esos archivos o depósitos de información automatizada que hacen posible su consulta a través de una computadora: los bancos de datos, fundamentales en el trabajo de cualquier comunicador o usuario común.

Los bancos de datos son, desde hace varias décadas, la mejor manera de obtener información y sin embargo, hasta antes de la aparición de *Internet*, eran de acceso limitado, pues se podía llegar a ellos a través de los diarios, universidades, oficinas de gobierno y grandes bibliotecas, por supuesto vía telefónica contando con una computadora y un módem.

El enlace entre el usuario y la base de datos tradicionalmente se lleva a cabo por medio de redes de telecomunicaciones (*networks*), las cuales transmiten la información de empresas privadas, correos, telecomunicaciones nacionales o internacionales, a través de una conexión que navega por red telefónica, red de transmisión de datos o vía satélite.

En el campo del periodismo, los bancos de datos han sido, por décadas, fuente inagotable de información y la mejor manera de obtenerla. Les anteceden las agencias de noticias que surgieron hace casi 150 años con la idea original de unir a varios diarios y compartir los costos de tener corresponsales diseminados en todo el mundo, informando gracias al teletipo e, incluso (arrojan algunas investiga-

ciones), utilizando palomas mensajeras⁴¹, lo que les colocó, durante siglos, a la cabeza en cuanto al monopolio de información internacional se refiere.

No obstante 1995, y 1996 para México, fue el *boom* de Internet en los medios de comunicación que "se volcaron masivamente, por convicción u obligación a Internet que comenzó a popularizarse al mismo tiempo y al mismo ritmo que la explosión de ventas de computadoras personales"⁴² y que fue vista inicialmente como un instrumento para la investigación por parte de editores y periodistas hasta convertirse en el instrumento preferido, además, para vender y comprar bienes y servicios⁴³.

Pero tratemos de explicar brevemente lo que es este banco de datos que se ha configurado como el más grande a nivel internacional y que, sin embargo, sólo maneja un 2% de información en español, lo que representa una desventaja por los hispanohablantes en tanto no generemos información suficiente que permita la predominancia de la comunicación en nuestra lengua dentro de Internet.

Internet es una red⁴⁴ mundial de redes de computadoras que operan de manera independiente y autónoma y que pueden comunicarse entre sí a partir de un protocolo, es decir "utilizando el mismo idioma".

Pero entendámos primero que una red, o conjunto de computadoras conectadas entre sí que pueden comunicarse compartiendo datos y recursos, se clasifica en redes de área local (RAL, o LAN:

41 "El barón Julius de Reuter usó las proverbiales palomas en el siglo XIX para llevar información bursátil desde diferentes centros financieros a su base de operaciones en Londres, donde había fundado la agencia (*Reuter*) en 1851". Tomado de Internet, Arébalos Alberto, "Sobrevivirán las agencias noticiosas", *Pulso del Periodismo*, Internet: <http://www.fiu.edu/~imc/sobreviviran.htm>

42 *Ibid.*

43 "Los clientes de las agencias de finales de siglo ya no son solamente diarios o canales de televisión, son empresas comerciales que quieren hacer atractivos sus sites o compañías especialmente creadas para ofrecer acceso a Internet y, en algunos casos, pensadas para hacer negocios en ella". *Ibidem.*

Local Areal Network), que abarcan espacios grandes como el de un edificio o empresa o un campus universitario; y en redes de área amplia (WAN: Wide Area Network), que comprenden regiones más extensas llegando a cubrir, incluso varios países. Mientras que, un protocolo de información es un conjunto de convenciones que determinan cómo se realiza el intercambio de datos entre dos computadoras o programas. El protocolo utilizado por todas las redes conectadas a Internet se conocen como TCP/IP, siglas que identifican a dos protocolos: el protocolo de control de transmisión (TCP) y el protocolo de Internet (IP).

Muy técnico el asunto pero lo cierto es que gracias a esta maravilla tecnológica podemos enviar y recibir información desde y hasta cualquier parte del mundo, contando con la conexión a una computadora que ejecute un software especial, el cual permita a otras computadoras conectarse con ella a través de líneas telefónicas. Esas "computadoras con software especial" son los llamados BBS o sistemas en línea o servicios de información o redes, como lo vimos renglones arriba. Algunas de estas redes son auspiciadas por organismos gubernamentales, universidades, sistemas comunitarios locales de bibliotecas y otras más por escuelas. En México los servicios más comúnmente utilizados son CompuServe, Prodigy, GENie, America Online, The Microsoft Network ... y aunque en la mayoría de los casos las redes centrales se encuentran ubicadas en Estados Unidos, se encuentran lo mismo en Australia que en Zimbabwe. Estas redes de comunicación pueden incluso ubicarse por su área de actividad, como es el caso de APC (Asociación para el Progreso de las Comunicaciones), que se anuncia como "la más extensa red mundial de computadores dedicada especialmente a servir a organizaciones no gubernamentales (ONGs) y ciudadanos activistas que trabajan por el cambio social".

Como sea, Internet es la ruta de acceso más importante del mundo hacia miles de diferentes fuentes de información y, como dice Alberto Arébalos, una reedición de la ley de Darwin en versión digital a la que sobrevivirán sólo los que se adapten pues, según los expertos, "un año Internet" es igual a siete años normales ya que su crecimiento, expansión y desarrollo es siete veces más acelerada que en la vida cotidiana.

4.5 Mesa de redacción

Como pudimos observar en el ejemplo de tabla de contenido, algunas secciones o actividades tienen como responsable a la mesa de redacción, esto nos hace precisar que tanto el editor como el jefe de redacción e información tiene, paralelas a sus funciones fijas, la tarea de escribir. Las razones son simples. Si se dedicaran únicamente a coordinar, organizar y corregir a los demás, estarían prácticamente muriendo como escritores, como periodistas; y aunque el trabajo es agotador, principalmente en las grandes publicaciones, no conozco todavía a un editor o jefe de redacción que se haya separado de la práctica periodística. Lo mismo podría decirse del diseñador quien de ninguna manera se aleja de la práctica, en la especialidad de su preferencia; es decir, los mismo dibuja que pinta o hace fotografía.

En este sentido hemos de decir también que las funciones del cuerpo editorial están íntimamente ligadas en todo el proceso de producción, por lo tanto, un buen editor además de buscar siempre estar mejor informado que los demás y ser un excelente periodista, conoce perfectamente las técnicas de redacción, es decir, sabe cómo corregir un documento, la forma en que se marca para mecanografía o captura, cómo "cabecear" los materiales, entre muchas otras linduras.

Pero entremos a las funciones de la mesa de redacción. Sabemos ya que es obligado contar con la tabla de contenido y el calendario de actividades para hacerlos empatar en una fecha de "Cierre"⁴⁴; esto significa que además del trabajo periodístico que corresponda realizar en cada número, el responsable de la mesa de redacción tendrá como tareas fijas el de corregir los materiales en coordinación con el editor (y/o jefe de información), la capturista y el diseñador.

El primer paso será entonces elaborar una tabla de control de materiales, exclusiva de esta mesa y basada en los contenidos, para

⁴⁴ En la jerga periodística se denomina *cierre* a ese periodo de tiempo utilizado para dejar totalmente terminada una publicación. Durante él se resuelven todos los espacios que conforman la edición, se prepara el *dumy* para la imprenta y se cierran calendarios y hojas de trabajo.

que a partir del momento en que empiecen a llegar los reporteros con sus textos, se inicie el proceso de corrección, cabeceo, captura y redacción de faltantes.

4.5.1 La corrección

Aunque en una revista el objetivo no es enmendar absolutamente nada, sí podemos decir que una de las actividades que merecen un respeto especial es la del corrector, cuya tarea empieza en la redacción de títulos y subtítulos de un material estructurado para su publicación.

Dice Martín Vivaldi que es en los títulos de noticias y reportajes, donde el estilo periodístico se define con más claridad, “por la imperiosa necesidad de que tales títulos sean breves, exactos y llamativos”⁴⁶, más aún si consideramos la forma de vida tan acelerada que llevamos en los últimos tiempos, producto de la “sociedad moderna”, y ese mundo de papel que se nos presenta a diario ante los ojos abrumando nuestra libertad de selección.

No considero necesario extendernos en este punto ya que el propósito no es escribir un manual o tratado de redacción, sin embargo me permitiré poner como ejemplo, de lo que no se debe hacer, un título propuesto por un reportero novato para un artículo a publicar en la revista *Ser*.

“Cansados de ser esquilados con el precio del agua,
que es acaparada por fraccionadores, los habitantes
de Tlayacapan incendiaron la oficina de aguas
y parte del ayuntamiento”

Tal vez se logre claridad, pero ni breve, ni exacto, ni llamativo logró ser este título que liberaría a cualquier corrector en una carcajada.

⁴⁶ Gonzalo Martín Vivaldi, *Géneros periodísticos*, Ed. Paraninfo, Madrid, 1979.

Dependiendo del medio y del objetivo podría haberse sugerido, para llamar la atención:

Tlayacapan en llamas

o un poco más formal:

Pobladores incendian el ayuntamiento de Tlayacapan

quizá buscando ser precisos:

Alto a los aumentos en Tlayacapan. Incendian oficinas de agua

Y hablando de la risa, el jefe de redacción se divierte mucho en sus funciones, pero también padece sin misericordia, es decir, navega entre la desesperación, la risa loca y a veces hasta en el llanto. Porque por desgracia pocas veces se logra integrar un equipo de reporteros y colaboradores que sean verdaderos profesionistas de la comunicación. Las razones son muchas pero la principal es que se hace una muy mala primaria, secundaria y preparatoria, por lo que la gran mayoría de los que se dedican al penoso arte de escribir tienen una terrible ortografía, una pésima estructura gramatical y ni se diga de la organización de los materiales de investigación; por ello es prácticamente imposible que a nivel licenciatura se logren superar todas estas "lagunas" que se ven plasmadas en los textos a corregir y que hacen de dicha labor una tarea a veces titánica. Otra se refiere a que en la mayoría de los medios quienes se dedican a escribir no son precisamente profesionistas de la comunicación y que formamos parte de un sistema con ciertos desequilibrios, pues lo mismo encontramos periodistas dedicados a taxistas como a secretarias haciendo las veces de reporteras. La razón quizá más dolorosa es el hecho de que en muchas publicaciones la importancia de escribir bien es secundaria, ocupando el primer nivel el cuidado de la economía que se respalda en una plantilla de trabajadores cuya carrera, o práctica profesional, llega a estar muy lejos de la actividad periodística, lo que resulta en una revista en bajos costos de redacción, pero a su vez desencadena dos problemas muy serios. Por un lado la calidad de los contenidos en una publicación así determinada dejan mucho que desear en cuanto a calidad, aun cuando la mesa de redacción sea muy capaz, considerando que uno, dos o tres correctores no pueden —ni deben—, además de corregir, rehacer materiales que en ocasiones no sólo son insalvables

sino indeseables, lo que además trae como resultado el agotamiento por desgaste de los correctores que, más tarde o más temprano circularán a otra parte. Por otro lado que el aceptar todo tipo de "colaboradores", no profesionales, está imponiendo el abaratamiento de una actividad seria que requiere no únicamente de profesionistas, sino de profesionales en las distintas ramas de actividad; esto tomando en cuenta que la oferta de trabajo se dificulta cada día más y que las barreras para colocarse se agrandan a partir de la gran competencia que significan los profesionistas de otras áreas.

En fin, que las tareas en la mesa de redacción no son fáciles, pero un verdadero profesionista de la comunicación deberá, como obligación, facilitar esta tarea basada en algunas técnicas y apoyos.

Quizá sería bueno empezar por "distinguir" nuestros escritos para saber si cumplen con algunas condiciones elementales de redacción, basadas simplemente en la coherencia. Lo anterior, considerando que una de las labores inmediatas en la mesa de redacción es precisamente la de escribir.

De antemano daremos por entendido que durante largos años de estudio recibimos algunas bases y que bastará con observar nuestros materiales para identificar si cumplimos con algunos mecanismos de construcción de la lengua escrita; partiendo de la premisa de que al escribir simplemente imitamos la lengua hablada a través de la realización lingüística.

Como simples observaciones y para facilitar la labor del corrector, pensemos que un documento debe estar compuesto de tres partes: **introducción, desarrollo y conclusión**; y que, además, ha de cumplir dos objetivos: proporcionar información **temática** y hacerlo de manera **sintagmática**; es decir, la información desarrollada en el texto corresponderá siempre a un terma específico y la presentación que de él se haga será lo más ordenada posible.

La forma de presentar un escrito es mediante párrafos, en los que se desarrollan las ideas principal y secundarias de un texto. A partir de los párrafos, un documento se ayuda para su conformación de algunos mecanismos de construcción de la lengua tales como **elipsis** (sustracción), **expansión** (adición), **trueque** (sustitución) y **permutación** (intercambio). Éstos, basándonos en las necesidades del texto o bien en


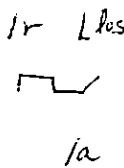

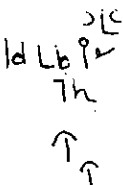
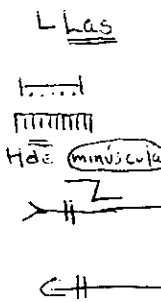
los requerimientos particulares de cada redactor. Bueno, pero para aprender a escribir hay que adquirir la técnica y, sobre todo, hacer oficio.

Hablamos ya de la *presentación del original*, refiriéndonos al texto precedido por una hoja cero que facilita la ubicación en la edición; ahora detallaremos un poquito este concepto. En mi época estudiantil leía a Gonzalo Martín Vivaldi quien relataba con gusto ese tiempo pasado “en que los periodistas garrapateaban sus originales a mano, con mejor o pero caligrafía... De ahí que hoy se consideren preceptivos los originales mecanografiados”; decía también que el ideal serían los originales “en limpio”, sin tachaduras ni correcciones pero, aseguraba “tal limpieza es humanamente —periodísticamente— imposible”.

Hoy, podemos decirlo con el mismo gusto con el que en su tiempo lo hiciera Martín Vivaldi: ese ideal ha sido alcanzado gracias al nacimiento de las computadoras personales, presentes ahora como una herramienta indispensable en una sala de redacción, por pequeña que sea. En la actualidad los materiales son entregados por los reporteros a sus editores en un diskete y, en el peor de los casos en hojas mecanografiadas a partir de una computadora, por lo que la limpieza es humana y periodísticamente posible. Anteriormente una vez que la mesa de redacción recibía los materiales, los preparaba con las “oportunas correcciones” para la imprenta, mismas que no han cambiado, aunque sí su aplicación. Veamos las normas o signos de corrección de originales más comúnmente utilizados, basándonos en la propuesta de Vivaldi y presentada en su libro *Géneros Periodísticos*, en su Capítulo VIII dedicado a la “presentación del original”. (Ver cuadro).

Las variantes sobre la forma de marcado son muchas y se imponen más como una costumbre dentro de las salas de redacción que como una norma documentada o respaldada en un reglamento o manual de corrección, por lo que el cuadro de la siguiente página sólo pretende mostrar la apariencia física de los signos de corrección más comunes, así como la forma de emplearlos.

No debemos olvidar que el cuidado en los tiempos de producción es la base para obtener un cierre exitoso, por lo que una mesa de redacción trabaja, generalmente, con los calendarios de varios números a la vez y según los índices previstos, es decir, si se tienen temas a trabajar para ediciones futuras, el editor seguramente se adelantará encargando a los

Signos	Textos capturados para corregir	Explicación
	<p>La escritura mecánográfica es el principal elemento de trabajo y coordinador de las grandes actividades de las oficinas, tanto oficiales como particulares</p>	<p>Suprimir una letra Suprimir una palabra</p>
 <p>A equivocaciones</p>	<p>Los signos empleados en las correcciones de textos mecanografiados, son los que se emplean en las correcciones de las pruebas de imprenta, pero sin que sean tantos como allí, ya que los errores y posibilidades de la mecanografía son mucho menores.</p>	<p>Añadir una letra Añadir una palabra Variar el orden de las palabras Sustituir una letra Sustituir una palabra Alinear hacia la derecha</p>
	<p>Se recomienda escribir las correcciones al nivel de la línea en  donde existan en el margen izquierdo.</p>	<p>Sangrar (desalinear) Alinear hacia la izquierda</p>
	<p>Se pondrán las correcciones en el mismo orden que se hayan producido, desde el borde del papel hacia la derecha, cuando existan varias en la misma línea y se emplearán signos distintos cualesquiera.</p>	<p>Punto y seguido Separar Varias correcciones en la misma línea Juntar, Juntar totalmente</p>
	<p>Las recomendaciones para el mecanógrafo, referentes a la mejor presentación del texto, se escribirán al margen, rodeándolas de un TRAZO de lápiz o de pluma. Para fijar la separación o aproximación de las distintas líneas, se emplearán los signos</p> <p>de imprenta del mismo significado, pero cruzados con tantas rayitas como espacios deseamos</p>	<p>Versales o mayúsculas No quitar la palabra tachada Espaciar Corriente o minúscula Punto y aparte Línea que se ha de separar a dos espacios Línea que se ha de aproximar a dos espacios.</p>

reporteros su realización, lo cual permitirá a la mesa de redacción ir adelantando en su corrección y marcado para tipografía. De la misma forma operan las otras partes del cuerpo editorial y es por esa razón que el calendario contempla varios días para cada una de las funciones, las cuales van “empalmándose” de tal suerte que mientras los reporteros trabajan sus artículos, el editor decide materiales, la mesa de redacción corrige y redacta, el jefe de información prepara las fuentes para los siguientes números, el diseñador diagrama, el tipógrafo captura o incluye correcciones, los graficadores...; todos inmersos en un proceso de producción en cadena cuyo objetivo es dar forma a un número en particular y, paralelamente, ir conformando algunos otros.

Pasemos de aquí, a esa siguiente etapa que antecede a la del diseño editorial y que consiste en la preparación de los materiales.

4.5.2 Capturando para el cierre

Hace apenas unos años, casi al finalizar la década de los ochenta, los tiempos empleados en la mesa de redacción era muy largos y los pasos a seguir cuantiosos. Actualmente las cosas han cambiado y, como ya dijimos, en su gran mayoría las publicaciones trabajan utilizando como herramienta predominante la computadora, lo que no sólo ha venido a reducir los tiempos para cada una de las etapas del proceso editorial, sino que ha contribuido a facilitar y hacer más ágil el trabajo. Esto obliga a los miembros de un equipo editorial a conocer y saber manejar mínimamente una computadora y sus accesorios más elementales, porque una vez que se tiene un texto para su edición, debidamente mecanografiado, ahora capturado en un programa editor de textos, éste se corrige directamente en la computadora por el responsable de redacción, sin necesidad de hacer costosas e innecesarias impresiones. De esta manera los contenidos de una revista pasarán rápidamente a la siguiente etapa, que es precisamente, el diseño editorial.

Pero antes de hablar de ella insistamos un poquito en un punto por demás importante: la organización.

En todo proceso editorial la organización está determinada por un método de control de materiales, lo cual significa que si bien el editor

lleva un registro preliminar de contenidos en sus índices, íntimamente relacionados con los calendarios que controlan las entregas, tanto del equipo periodístico como de los tiempos de trabajo en las mesas de redacción y diseño, también cada mesa o área de trabajo deberá contar con su registro particular, es decir, llevará un control de los materiales, de acuerdo con sus funciones específicas para saber con exactitud si un artículo ha sido corregido en primeras (texto original), segundas (tipografía) o finales (original pre-prensa⁴⁷).

⁴⁷ Utilizaremos el término original-preprensa, únicamente para identificar los materiales que han sido finalmente revisados para su envío a impresión.

5. Producción editorial

Hasta aquí caminamos ya muchos pasos en ese camino del proceso de edición de una revista, por lo que estamos a punto de llegar a la recta final así que, diagramemos el cierre de la edición.

5.1. Las redes

En una revista mensual cada área de trabajo define sus tiempos para la ejecución de una labor que parece no tener fin; porque mientras se elaboran los textos, se capturan y corrigen; se toman fotografías y hacen ilustraciones, el editor decide, junto con su director de arte y el responsable de la venta de publicidad, el diseño editorial; éste empieza, primero, por la ubicación exacta de los contenidos en la revista.


Para ello, el editor se auxilia de una forma conocida como red, la cual es un esquema en miniatura de la revista en pliegos.

La formación en pliegos se hace para poder imprimir o “tirar” varias páginas a la vez, aprovechando al máximo las tintas, y para lo cual existen máquinas de impresión que tiran desde pliegos de cuatro cartas (43 x 56 cm) hasta pliegos de 80 x 100 cm.

El tamaño y número de páginas de una revista, así como el papel seleccionado y la máquina en que se piensa imprimir, definen el número de pliegos a considerar. Las medidas estándar de papel son, de acuerdo con los más frecuentemente utilizados (bond, cultural, couché...), 57 x 87 cm. (ocho tamaños carta) y 70 x 95 (ocho tamaños oficio), lo que nos lleva a concluir que una revista tamaño carta utilizará, para cada ejemplar, una hoja de papel de 57 x 87 (ocho páginas frente y ocho páginas vuelta), es decir que si se imprime en una máquina de ocho cartas se hablará de dos pliegos o dos entradas.

Veamos ahora el formato de una red utilizada para la elaboración de la revista *Tip's*, cuyo tamaño es 21.5 x 28 cm (carta) e incluye 16 páginas considerando los forros, impresos en papel couché, así como la cuadrícula de los dos pliegos que integran la revista.

TIP'S



Año: 5
 Número: _____
 Mes: _____

Contenido

Mensaje: _____
 Microhistoria: _____
 Entrevista: _____
 Tip's para la gente bonita: _____
 Horóscopos: _____
 Varios: _____

Portada	Directorio	Mensaje	Microhistoria	
1	2	3	4	
Imágenes del Recuerdo				Tip's en
5	6	7	8	
el arte				El armario de Tip's
9	10	11	12	
	Horóscopos	Tip's		
13	14	15	16	

Observaciones:

Como podemos observar en la red se incluyen varios elementos importantes como son: número de publicación; fecha o periodo que comprende: nombre de las secciones, con el espacio correspondiente para ubicar

el contenido del número en proceso de edición; un espacio para observaciones (qué fotos entran en dónde, por ejemplo), y la cuadrícula para detallar los contenidos.

Así, una vez que el editor define la red, el equipo de diseño tendrá una ruta de acción bien definida que la marcará los límites y la extensión exacta para cada artículo, tema o sección. A su vez, la red hace las veces de formato de control tanto para el editor como para el diseñador, pues generalmente se marca el O.K., o se da el visto bueno en cada página terminada.

5.2 Contenido editorial

En la red se registra perfectamente el contenido editorial, así como los espacios publicitarios, pues a partir de ellos es que se pueden ir cerrando los pliegos, mismos que como observamos arriba, no llevan precisamente una secuencia ordenada, de suerte tal que si un artículo está definido para abarcar las páginas 6, 7 y 8, esta última irá en el primer pliego, mientras que las páginas 6 y 7 irán en el segundo, por lo que el contenido se irán acomodando conforme se estén terminando.

En una revista pequeña tal vez esto no tenga mucha importancia, pero si consideramos la necesidad de cerrar y adelantar las entregas a la imprenta, de manera que se avance en la elaboración de negativos y tal vez hasta de impresión, cuando se editan revistas semanales, por ejemplo, o publicaciones grandes (de 48, 64, 96 páginas o más), ir cerrando pliegos es “una bendición del cielo”.

El contenido editorial incluye, además de los textos, las fotografías, viñetas, dibujos, gráficas y todos aquellos recursos que acompañan un artículo y que son indispensables tanto como elementos de apoyo a la lectura o como mecanismos de descanso de la misma.

5.2.1 Publicidad

La publicidad es un aspecto que podría parecernos intrascendente a los responsables de editar una revista y, sin embargo, es de vital

importancia para la vida de una publicación; ya que si ésta falla, se pondría en riesgo su existencia.

Sobre el particular, cuando Edmund C. Arnold en su *Diseño Total de un Periódico* inicia un capítulo de su libro refiriéndose a la importancia de los anuncios, hace un comentario que me voy a permitir copiar textualmente, pues es, por demás, ilustrativo: "Las películas que pasan ya avanzada la noche le atribuyen una intensa relación de amor y odio al *déspota* editor y al heroico reportero. Si esto fuera cierto en la vida real, se vería insignificante junto a la actitud del diseñador de periódicos hacia la publicidad".

La publicidad se decide también en la red a partir de criterios establecidos en la política editorial y puede definirse arbitrariamente, según los espacios permitidos por la parte editorial, o de forma específica. En algunas publicaciones se toma la decisión, desde su origen, de determinar los espacios fijos en que se incluirá la publicidad, que puede ser, en las primeras o últimas páginas, sólo en los forros o páginas centrales, o intercaladas entre uno y otro artículo; y según el tema y objetivos de la publicación hay quienes colocan en un nivel de prioridad la ubicación de materiales publicitarios, principalmente cuando la revista tiene precisamente como objetivo e imagen la venta de anuncios.

Como podemos ver, esta etapa de la edición también es plasmada en la red y, según el método presentado, se marca con una línea, cruzando la página o el espacio donde corresponderá colocar el o los anuncios.

Bajo estos criterios es que el editor define las redes y da a cada área sus espacios e importancia, aunque en muchas ocasiones su relación y responsabilidades para con las páginas de publicidad van mucho más allá, pues en algunas revistas se estila que sea precisamente el área editorial la encargada de corregir o redactar los anuncios; más aún si se trata de publireportajes. Asimismo, se dan casos muy frecuentes en los que el diseño publicitarios se realizan como parte de las funciones y obligaciones del equipo editorial de una publicación de este tipo.

No olvidemos que se entiende como publireportaje a la inserción que aparece en una publicación periódica y que, con formato de género periodístico, tiene como objetivo difundir publicidad o propaganda sobre el anunciante. Para este tipo de anuncio algunas publicaciones acostumbra incluir en algún lugar del espacio destinado para tal uso, la

leyenda *publireportaje*, *artículo pagado* o alguna otra modalidad; sin embargo, en buena cantidad de casos, la política editorial puede definir que este tipo de publicidad aparezca “disfrazada”, es decir, presentarla como parte del contenido editorial, cosa muy común en revistas de carácter político.

5.3 Diseño editorial

Actualmente no sé de revistas cuya formación se haga manualmente, por lo que partiremos del diseño cibernético para explicar esta etapa del proceso editorial.

Una vez que se tienen los textos debidamente corregidos, así como los materiales gráficos a utilizar, se procede a su diseño. En esta etapa el editor tendrá una sola obligación, la de contar con una cultura visual lo suficientemente amplia como para identificar si se cumple con los más elementales principios el diseño y del buen gusto. Sin embargo hay que estar pendientes de una y mil cosas que harán de la revista un material de calidad, por lo que es indispensable entrar a ese espacio que podría pensarse como un mundo aparte y, no obstante es, como en una relación amorosa, la otra media naranja que complementa el trabajo editorial.

Para ello es elemental el conocimiento del lenguaje o signos de corrección periodística y de la terminología en el diseño, por lo que me he permitido enlistar, a manera de glosario, aunque sin el más mínimo rigor, una serie de datos que pueden ser de gran utilidad.

5.3.1 La tipografía

Durante la construcción de la identidad visual de la revista se definió su formato (tamaño), el papel a utilizar para su impresión, el número de tintas a emplear tanto en interiores como en los forros, la imagen para sus secciones, etcétera. Un aspecto importante fue elegir la tipografía, es decir, el tipo de letra para cada uno de los elementos que componen una publicación, desde la tipografía designada al título, hasta el cuerpo de texto (letra base o volumen principal en un impreso),

que puede ser modificado según la política editorial y el gusto del o los diseñadores.

Para tal efecto, la tipografía se entiende como el tipo de fuente o conjunto de caracteres (alfabeto completo) que tiene las mismas características de diseño y que conforman una "familia tipográfica" según:

- a) el grueso del trazo: *extra light, light, medium, semibold, bold, extrabold, outline e intline*;
- b) su ángulo de inclinación: *redonda* o *itálica* (cursiva);
- c) la anchura: *normal, extendida* o *condensada*;
- d) la antigüedad:
 - i) *romanas* o *latinas*, están basadas en el alfabeto clásico romano y se clasifican en *garamond, caslon, baskerville, pidot, bodoni, times* y *sabón*;
 - ii) *egipcias*, de tipo rectangular con patines en el vértices de sus bastones (gruesos), éstas son *eguptienne, clarendon, volta*, etc.;
 - iii) *grotescas*, carecen de adornos, bigotillos o patines (*futura, venus, helvética, folio, universe...*);
 - iv) *inglesa* o *manuscrita*, basada en la escritura caligráfica y;
 - v) *ornamentales* o *decorativas*, fundadas en estilos según la época a la que pertenecen (*garbo, gaynineties, ornees, calliope*, etc.).

Lo verdaderamente importante para un editor es el cuidado en el manejo de los tipos de letra utilizados para una publicación, de forma que se evite el uso abundante o la mezcla burda de familias tipográficas.

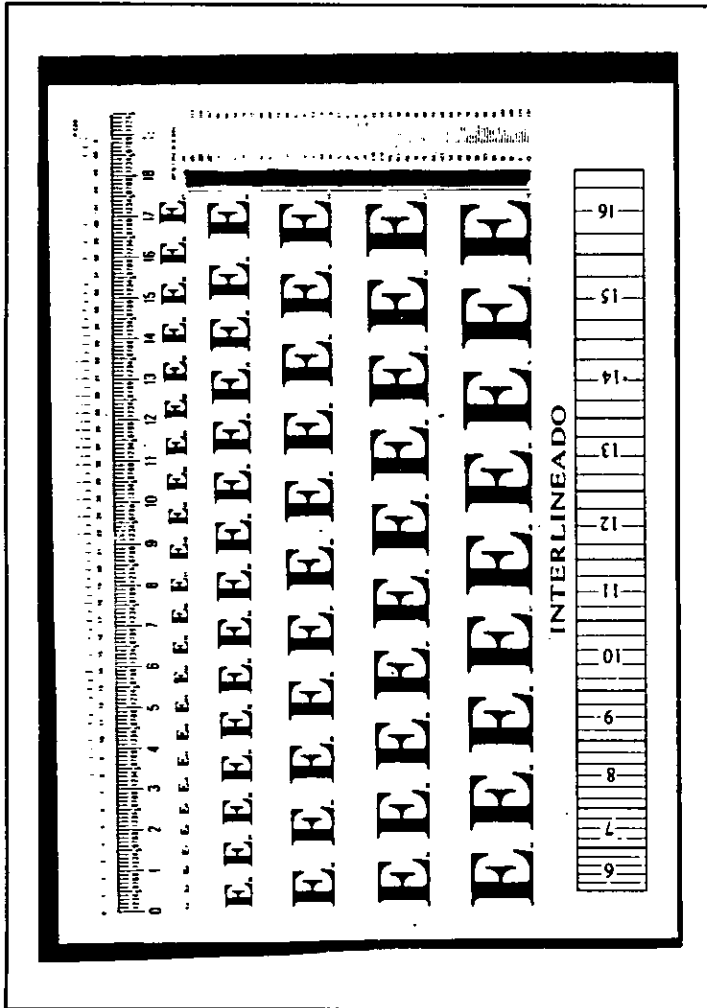
Para estar a tono con el tipo de trabajo que se realiza, cualquier persona se involucra en el manejo y uso de las herramientas utilizadas, así como con el lenguaje más común. En el trabajo periodístico y editorial ocurre exactamente lo mismo, de tal manera que es obligación del editor y colaboradores el conocimiento de las distintas técnicas y utensilios de trabajo, así como de la "jerga" más usada.

En materia de diseño editorial hemos comenzado por hablar de la tipografía, porque de ella se desprenden una gran variedad de funciones que trataremos de explicar, no para que el futuro editor se asuste y piense en complementar sus conocimientos que como comunicador ha

adquirido, sino con el fin de ubicarlo en la importancia de dominar un lenguaje técnico que va íntimamente relacionado con el trabajo de diseño editorial y sus herramientas más comunes.

Para tal efecto será bueno saber la utilidad de los siguientes términos:

Tipómetro.— Regla de acero o material plástico de 12 pulgadas y una escala de 8 puntos en uno de los lados y escalas de 10 y 12 puntos en el otro. (centímetros y líneas ágata y picas, dependiendo del sistema).



Tipómetro

Punto.— Unidad tipográfica que sirve para medidas pequeñas.

Pica.— Son 12 puntos ó 0.43 cm, y se utiliza para medidas más grandes. También se le conoce como cuadratín.

Eme.— Es un cuadrado que no tiene tamaño fijo, sino relativo y esto se basa en el tamaño del tipo de letra que se utilice.

Carácter-pica.— Número de caracteres que caben en un renglón.

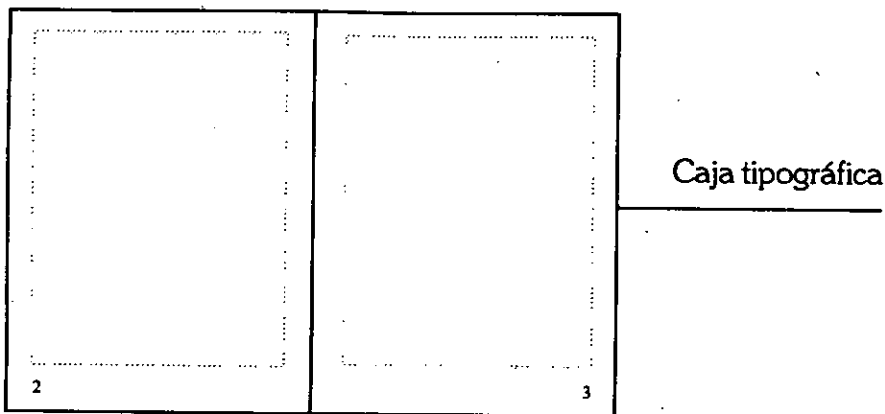
Caja tipográfica.— Espacio (ancho y alto) que ocupa el área impresa dentro de la página.

Márgenes.— Espacios en blanco que quedan a los cuatro lados de la página impresa.

Interlínea.— Espacio que se deja entre un renglón y otro. Se mide en puntos. Su magnitud determina el número de líneas que entran en una página impresa, es decir, entre mayor interlineado, un menor número de líneas; y entre menor interlineado, mayor número de líneas.

Largo de línea.— Medida de cada renglón considerada a lo largo (se mide en picas).

Columna⁴⁰.— Tira de texto impreso en una caja. Se clasifica en:



⁴⁷ Algunos especialistas proponen, como renglón óptimo, líneas de 45 caracteres, por considerar que cuando se tienen más de 70 golpes se pierde rapidez en la lectura, aun cuando se gana comprensión; y si se tienen menos de 30 caracteres suele suceder lo contrario.

Sangría

<p>Punto.— Unidad tipográfica que sirve para medidas pequeñas.</p> <p>Pica.— Son 12 puntos ó 0.43 cm, y se utiliza para medidas más grandes. También se le conoce como cuadratín.</p> <p>Eme.— Es un cuadrado que no tiene tamaño fijo, sino relativo y esto se basa en el tamaño del tipo de letra que se utilice.</p> <p>Carácter-pica.— Número de caracteres que caben en un renglón.</p> <p>Caja tipográfica.— Espacio (ancho y alto) que ocupa el área impresa dentro de la página.</p> <p>2</p>	<p>Márgenes.— Espacios en blanco que quedan a los cuatro lados de la página impresa.</p> <p>Interlínea.— Espacio que se deja entre un renglón y otro. Se mide en puntos. Su magnitud determina el número de líneas que entran en una página impresa, es decir, entre mayor interlineado, un menor número de líneas; y entre menor interlineado, mayor número de líneas.</p> <p>Largo de línea.— Medida de cada renglón, considerada al largo (se mide</p> <p>3</p>
Columna bloque	Medianil

Columna de bloque.— Cuando las líneas están justificadas (alineadas), tanto a la izquierda como a la derecha.

Justificada a la izquierda.— Útil como contraste, permite un poco de aire.

Justificada a la derecha.— El diseño exige mayor atención por parte del lector, por lo que es poco recomendable, principalmente cuando la publicación se orienta hacia un público infantil.

Texto centrado.— Justificado a un eje central, por lo que ambos lados (izquierdo-derecho), se encuentran desalineados. Se utiliza por lo general en sumarios o textos muy breves.

Texto asimétrico.— Las líneas no guardan relación entre sí.

Capital

Justificado
a la izquierdaJustificado
a la derecha

<p>Son 12 puntos ó 0.43 cm, y se utiliza para medidas más grandes. También se le conoce como cuadratín.</p> <p>Punto.— Unidad tipográfica que sirve para medidas pequeñas.</p> <p>Eme.— Es un cuadrado que no tiene tamaño fijo, sino relativo y esto se basa en el tamaño del tipo de letra que se utilice.</p> <p>2</p>	<p>Carácter-pica.— Número de caracteres que caben en un renglón.</p> <p>Caja tipográfica.— Espacio (ancho y alto) que ocupa el área impresa dentro de la página.</p> <p>Márgenes.— Espacios en blanco que quedan a los cuatro lados de la página im-</p> <p>3</p>
	Centrado
	Asimétrico
	Representación de formas

Texto representando formas.— En formas geométricas o contorneando cualquier tipo de figura (fotografía, dibujos, etc.)

Sangría.— Espacio en blanco al inicio de uno o varios renglones.

Medianil.— Espacio blanco entre columnas.

Capitular.— Letra inicial que se utiliza para empezar cada artículo y se lee como ocupando el lugar de la sangría.

Blanco.— Espacio exactamente igual a la profundidad de una línea impresa.

Lay out.— Composición general arreglada para obtener un resultado agradable a la lectura.

Display.— Presentación gráfica de un producto para su promoción.

5.3.2 Elementos gráficos

Hemos enlistado algunos de los elementos que más se distinguen en el diseño editorial y empleados en un departamento de diseño. Ahora citaremos los elementos gráficos más comúnmente identificados por el editor, dada la frecuencia de su contacto inmediato con éstos, así como la utilización que de ellos hace a partir del lenguaje o jerga periodística y dinámica de trabajo y, más concretamente, por su presentación visual en un texto.

Cachucha.— Llamada de atención antes de la cabeza o título.

Cabeza.— Título que da nombre al género periodístico que ocupa un lugar determinado en una publicación, en este caso la revista.

Balazo.— Texto breve o sumario que da cuenta rápida sobre el contenido del texto. Se recomienda no exceder de cuatro líneas.

Cintillo.— Apoyo publicitario o promocional.

Llamado o aviso.— Refuerzo publicitario o promocional.

Viuda.— Pequeña fracción de una línea tipográfica al final de un párrafo. Generalmente se sugiere que no sea menor de 5 caracteres.

Huérfano.— Pequeña fracción de una línea tipográfica al inicio o al final de una página.

Bigote.— Es una greca o línea para completar el espacio de la viuda.

Pleca.— Línea cuyas funciones pueden variar según las necesidades o gusto del diseñador, pero generalmente se utilizan para dividir un texto de otro. Varía su estilo y grosor.

Recuadro.— Su uso tiene como objetivo enmarcar un texto o una imagen.

Filete.— Sombra de un recuadro.

Folio.— Número que se da a las páginas de la publicación.

Encajado.— Sobreponer textos tipográficos, fotografías o ilustraciones sin estropear ninguno de ellos.

Remate o finalizador.— Emblema de la revista o símbolo utilizado para indicar la terminación de un artículo. Puede o no sustituir al punto final.

Reiterador.— Nombre de la publicación. En algunas revistas lo colocan en las cornisas o bien al lado del folio.

Pase.— Símbolo tipográfico que tiene como función informar al lector que el artículo continúa en una página posterior. (En ocasiones se estila indicar el folio a que se está remitiendo el texto).

Firma.— Se refiere al nombre del o los autores de un escrito.

Veamos algunos ejemplos:

Viuda	<p>Desde siempre, la ciudad de México se ha cimbrado con infinidad de movimientos telúricos, pero nuestra memoria, por el momento, es corta y el dolor inmenso.</p> <p>Con este texto daba inicio la nota informativa preliminar de <i>El Liberal</i>, el 25 de enero de 1899, renglón seguido pasaría a enumerar una larga y terrible lista de muertos, heridos y daños causados por el terremoto de la tarde anterior.</p> <p>México el temblor del 24 despedía violentamente el siglo XIX, aquel que presenciara cuantiosas sacudidas e incalculables pérdidas en sus cien años de vida.</p> <p>Sin embargo, los movimientos telúricos no son privativos de la República Mexicana o del Continente Americano y, desgraciadamente son muchas las naciones que los enfrentan; registran un mayor índice de sismicidad Japón, Nueva Zelanda y Chile.</p> <p>Han tenido que transcurrir muchísimos años antes de que se</p>	3	Folio
Huérfano		2	

fotografías y para lograr el alto contraste de éstas alcanzando mejor definición en su impresión. Los tramados de más uso en impresión offset son la trama de línea, de punto redondo y de punto diamante.

Seguramente el aspirante a comunicador se preguntará qué importancia puede tener para él conocer sobre medios tonos, tipómetros, cachuchas, plecas o recuadros; pero si en algún momento de su vida profesional se enfrentan con la necesidad de pasar de la práctica periodística reporteril al trabajo de escritorio, no precisamente de pica teclas, sin duda estos conceptos le pueden ser de gran utilidad.

Así que, retomemos la idea de las ilustraciones y vayámonos directamente a echarle una miradita a la forma como se diagrama una revista para, inmediatamente, dejarnos arrastrar por esa abrumadora y estresante etapa del cierre de edición.

5.3.3.1. El color

A decir de Alan Swann, el color es un factor clave en la mayoría de las imágenes que constituyen elementos familiares del panorama del diseño gráfico y, en el caso del diseño editorial, no es éste una excepción, pues llega a constituirse como un factor importante en el mensaje visual; de ahí que todo editor deberá conocer mínimamente la terminología del color y su manejo, aun cuando en la revista que esté bajo su responsabilidad se utilice el color de manera opcional, esporádica, sólo en portadas o secciones mínimas, etcétera.

Así, definamos al color al estilo de Alan Swann, como la cualidad de la luz reflejada por las superficies entintadas y no entintadas que logran dar a la imagen un "auténtico logro creativo". En este sentido habrá de decirse, adaptando su teoría, que el color es un factor determinante en el conjunto de elementos que conforman una página impresa y, para emplearlo, se requiere el dominio sobre el lenguaje y las técnicas del color.

Apuntemos ahora que la base del color se define a partir de la luz blanca, que es una combinación de todos los colores del espectro y que se descompone en tres colores primarios: rojo, azul y verde. Cuando

estos tres colores primarios se combinan entre sí, se obtiene como resultado el blanco; de igual forma, cuando se adicionan o superponen en proporciones iguales dos de ellos entre sí se produce un color más claro, conocido como primario subtractivo: el rojo y el verde dan el amarillo, el verde y el azul dan el cian y el azul y el rojo dan el magenta; la combinación de los tres da un color parecido al negro.

A la técnica para combinar o mezclar los colores se le conoce como "círculo del color", el cual se forma colocando los colores del arco iris o espectro (rojo, amarillo, verde, cian, azul y magenta) en torno a un círculo, de manera que los colores sean iguales. Así, se ubica el amarillo arriba y los primarios subtractivos (magenta, amarillo y cian) abajo formando un triángulo equilátero; los primarios aditivos (rojo, verde y azul) forman un triángulo invertido inscrito en el círculo.

El tema que nos toca implica un mundo de color quizá infinito, aunque para su comprensión y manejo se cuenta con un método conocido como Sistema Munsell que clasifica alrededor de 64 mil colores diferentes basándose en tres elementos:

Tono: se refiere a la naturaleza de origen del color (cualidad de azul o rojo, por ejemplo).

Luminosidad: medida de su claridad u oscuridad (cantidad de blanco o negro que contiene).

Pureza: intensidad del color.

No obstante, la base para lograr una buena impresión del color depende del método seleccionado para ello: litografía offset (cuatricromía), impresión litográfica con tintas especiales (pantone) o serigrafía.

La primera es la técnica de impresión más comúnmente utilizada y se caracteriza por usar cuatro colores (magenta, cian, amarillo y negro) para dar el efecto de selección de color. Es la única técnica con la cualidad de recrear una aproximación a la gama completa de colores.

La impresión litográfica implica la mezcla de la tinta para igualar el color que se requiere antes de ponerla en el papel, y tiene como ventaja que los colores obtenidos son más puros e intensos.

En cuanto a la serigrafía, método en el que las tintas también se mezclan antes de la impresión, incluye cualquier forma de arte creado manualmente. Se caracteriza por el espesor de la tinta que llega a ser

hasta diez veces más espesa que la producida por la impresión tipográfica.

Para decidir el color o los colores a utilizar en un impreso es necesario saber algunas cosas elementales, como por ejemplo los tips que proporciona Swann en su libro *El color en el diseño gráfico*, cuando dice que "Los colores vivos crean una sensación de urgencia y energía, evocando una reacción inmediata y se usan para captar la atención. Por contraste, los colores suaves y sutiles producen una respuesta más tranquila, atenuada e inspiradora de confianza. Los colores oscuros y apartados crean una atmósfera pensativa, sugeridora quizá de poder y exclusividad".

Falso o cierto, lo mejor es echar un ojo al concepto del color que más nos convenza, revisar las técnicas de una manera consciente y observar, con objetividad, nuestros materiales para evitar algunos dolores de pupilas en los lectores y desilusiones en nuestros corazones si se llegara el caso de que se comparen nuestras publicaciones con el pantone de color o se hable de su distinción por su "maravilloso colorido".

Ya para concluir este apartado, me permito hacer un pequeño paréntesis para comentar, primero, que desde mi muy particular punto de vista el manejo del color requiere, además del conocimiento teórico, una verdadera sensibilidad que muy pocos logran alcanzar; y segundo, que el color es más efectivo si se utiliza en forma funcional, de ahí que para que en una revista se puedan realmente ver los colores de un elemento de diseño, éstos "deben estar también en la fuente luminosa que ilumina el trabajo".

5.3.4. Diagramación

Aun cuando han cambiado las formas de trabajo para la diagramación de una revista, sus objetivos siguen siendo los mismos, pues es la expresión que plasma el estilo en que el diseñador concibe mentalmente su trabajo creativo. Por tradición una revista se diagramaba trazando de manera manual los formatos preliminares que definían íntegramente la caja tipográfica a utilizar, así como los elementos que integraban cada página. Esta diagramación se hacía, en ocasiones, utilizando las galeras ya corregidas en primeras, combinando los elementos gráficos simulados.

Actualmente basta con hacer el cálculo tipográfico adecuado, definir la proporción de las ilustraciones para su exacta colocación y manejo, y jugar con lápiz y papel sobre algunas posibles opciones de diseño para los artículos correspondientes y, posteriormente, llevarlos a la práctica a partir del uso de la computadora y los respectivos programas de diseño utilizados. Por supuesto, esto lleva implícito el hecho de que el diseño quedará en manos de un profesional en la materia, si se quiere verdaderamente hacer revistas.

5.4. El cierre. Galeras (ida y vuelta)

Ahora que estamos un poquito identificados con el diseño podemos, tal vez, decir que nos encontramos realmente junto a nuestra media naranja; situación por demás favorable pues, aunque para los amantes de este maravilloso mundo de las letras, los colores y las formas, seguramente la pasión es un recurso permanente. Si es así, alcancemos el clímax llegando hasta el final pues es la hora de terminar con la revista y más aún, considerando que ya tenemos el siguiente número en la mesa.

Antes de entrar al tema de la producción editorial hablábamos de la preparación de los materiales, los cuales deben pasar al área de diseño debidamente organizados; si queremos que el trabajo marche a buen ritmo, la mesa de redacción o el editor, según se definan las funciones, ha de organizar los materiales de tal manera que los textos se encuentren capturados, corregidos, titulados o cabeceados y acompañados de las ilustraciones con sus correspondientes pies de imagen. Para tal efecto el jefe de arte contará previamente con una red, misma que si recordamos se elaboró de acuerdo con un calendario de trabajo.

Lo anterior significa que es el momento de invertir un poquito los papeles y será ahora cuando el departamento de diseño alimente de trabajo al de redacción, ya que el equipo editorial se responsabiliza de leer y corregir la galeras o pruebas finas.

En esta nueva etapa de corrección se revisa de nuevo, aunque de manera más superficial pues se supone una etapa ya superada, la ortografía, redacción, sintaxis, etcétera, pero se pone especial atención en el texto como recurso visual.

Así, además de leerse el texto, se “checan” callejones, viudas o huérfanos; nombre de autores, cornisas, remates, folios, pies de foto, etcétera y posibles “saltos” o “pasteles”⁴⁸. Una vez corregidas, las galeras regresan a diseño para su corrección y nueva impresión, cuantas veces sea necesario, aunque aquí la computadora evita el trabajo y gastos innecesarios.

Paralelamente el departamento de diseño se encarga de proporcionar las ilustraciones y preparar el envío.

6.2. Preparándose para la imprenta

La forma de impresión se decide previamente según el número de ejemplares, la calidad deseada, el presupuesto disponible y el tiempo de elaboración⁴⁹, optándose por uno de los tres sistemas existentes: en relieve, en hueco-grabado o planográfico.

Para la impresión de revistas, considerando tiraje, formato, papel, entre otros factores, generalmente se opta por la impresión offset, que es una modalidad de la impresión planográfica (impresión con una superficie plana) o por la rotativa (también offset).

⁴⁸ Actualmente con el uso de la computadora, y con las entregas por parte de los reporteros en alguna unidad de respaldo, es poco probable que los textos originales registren saltos o pasteles (repetición o inversión de palabras, renglones o párrafos), cosa frecuente cuando éstos se mecanografiaban; sin embargo durante la formación por computadora suele perderse o repetirse información, debido a que los programas de diseño funcionan lo mismos que una mesa de trabajo o restirador, es decir, el diseñador puede, arbitrariamente, fraccionar los textos abriendo “ventanas” para insertar, mover o quitar los elementos gráficos

⁴⁹ *Comunicación gráfica, manual para el editor*, Arturo Rodríguez Pineda, UNAM, pág. 19

Supongamos que todo se encuentra en su lugar, que no falta un sólo folio y que todo está perfectamente revisado y corregido; entonces, el área de redacción ha terminado su labor; el jefe y los correctores (que puede ser el responsable de la mesa de información y/o los reporteros) se puede ir a descansar. Ahora sólo quedan el editor y su equipo de diseño para preparar el envío.

Existen tres formas de enviar los materiales a la imprenta para su reproducción:

Original mecánico.— Las pruebas finas impresas en láser hacen actualmente las veces de original mecánico, pues son la imagen más cercana al original ya impreso y, aunque por lo general se resuelven en blanco y negro, si la revista contempla el uso del color y cuenta con una impresora para pruebas finas con esa característica, puede darse el lujo de imprimir así, beneficiando la comprensión y el tiempo de trabajo en el proceso siguiente.

Las pruebas finas generalmente son de papel couché o bond de 90 kilos y se trabajan sobre una cara; se pegan sobre los cartones (cajas o machotes para formar revistas), que se elaboran en tamaño real, aunque a doble carta para ir formando los pliegos, con sus correspondientes líneas de corte; se les coloca la camisa (cubierta en papel albanene o similar), donde se marcan debidamente las indicaciones para el fotolito sobre: color, dibujos y medios tonos, etc. En cuanto a los espacios destinados a las ilustraciones, éstos tendrán que ir señalados con una cubierta o "ventana" de papel, en color negro o rojo.

Cualquier indicación para el impresor se realiza en la camisa, principalmente cuando se tiene un diseño en color (plano o plasta, separados o combinados), y se hace pintando directamente sobre ella los tonos requeridos, con lápiz de color, anotando el color "pantone" y los porcentajes del tono, según el caso. De ahí, por medio de cámara fotomecánica se sacan los negativos.

Pre-prensa digital.— Considerando que es el proceso computarizado por medio del cual se obtienen negativos y/o positivos de selección para cualquier impresión y que puede incluir pruebas de color o cromaline, actualmente es una forma rápida y sencilla de obtener óptimos y rápidos resultados, aunque en México aún no se tiene muy depurado el uso de esta tecnología.

Los requerimientos mínimos que se necesitan para este tipo de salida a impresión son: *Software*: programas de dibujo: Illustrator, CorelDraw, FreeHand; programas de retoque de imagen: PhotoShop; programas de edición: PageMaker, Corel Ventura, QuarkXpres... *Hardware*: Computadora (Maquintosh o PC-IBM) conectada a una filmadora (linotronic, optronic, etc.), y a una reveladora. Este método transporta la imagen de la computadora directamente a la película para su impresión en negativo, siendo la ventaja quizá más importante que se puede obtener la previsualización de la imagen previo a su impresión, a partir de un administrador de impresión.

Salida a placa.— Con un mecanismo similar al anterior, el equipo utilizado tiene grandes ventajas sobre cualquiera de los métodos actualmente utilizados; entre ellos que, además de imprimir la imagen directamente en la placa o lámina que se utilizará en la máquina de impresión, incluye un programa (Press wise o prensa inteligente), que permite compaginar y formar negativos conforme a la lámina. Su compaginado y exactitud en las guías de corte y pinzas es excepcional.

Esta forma o método salida es muy costoso, razón por la cual es poco utilizado en nuestro país, aunque empieza a ganar terreno conforme oferta sus servicios.

Decidida la forma de impresión es que se prepara el envío, ya sea por original mecánico, o vía computadora (en alguna unidad de respaldo: disketes, compac, syquest, zip). De cualquier manera el editor termina su labor en el momento en que da el visto bueno y autoriza el envío. A partir de ese momento el responsable de diseño revisará pruebas azules (para checar textos o medios tonos) o pruebas de color y estará al pendiente de la impresión.

Mientras tanto, el editor y su equipo de redacción estará ya inmerso en la hechura de un nuevo número que, por la periodicidad en la aparición de toda revista y por su propia naturaleza hará que los calendarios cierren un ciclo y empiecen otro.

Conclusiones

Algún diccionario, decía el profesor en diseño Juan Acha, define la vocación como la “aptitud especial para una profesión o carrera” y, otro, como “la inspiración con que Dios llama a un estado...” La inspiración de todo comunicador, la aptitud especial (para seguir con la alegoría del maestro) es precisamente la motivación —externa e interna— que logra despertar en un individuo la necesidad de crecimiento, la cual, a su vez que agudiza la creatividad, favorece el cambio.

La finalidad, o los objetivos, suelen ser muy claros para un estudioso de la comunicación y, sin embargo, logra perderse en esa maraña de información que genera este espacio dominado por los medios impresos y electrónicos. No obstante, quien se defina como un “interesado” en la materia deberá observar como valor esencial la investigación (*in* = hacia + *vestigium* = huella), que nos lleve a trascender esa forma ordenada de descubrir y nos indique el camino para globalizar la información que dicta las características, técnicas y formas de la comunicación en México y el mundo.

La investigación a nivel globalizador hará más sencillo generar comunicadores que produzcan materiales con un toque de calidad que demuestre no sólo que alcanzamos la meta de ser profesionistas sino, además, de ser profesionales de la comunicación impresa, por abundar en el tema abordado en estas páginas.

Cabe decir que para los profesionales de la comunicación no basta con tener conocimientos suficientes sobre las técnicas comunicacionales impartidas en el aula; es indispensable manejar, entre muchísimos factores, costos de producción, administración de recursos (humanos y materiales), conceptos elementales de diseño, relaciones públicas,

relaciones humanas, promoción comercial y publicitaria, estrategias de mercado...

En este orden de ideas el comunicador ha de partir de la premisa de que todo desarrollo del mensaje comprende y exige la comprensión de la teoría de la comunicación y de los elementos creativos por los cuales se expresa y, paralelamente, la selección de medios impone el conocimiento de los criterios cuantitativos y cualitativos según los cuales puedan analizarse los medios.

Pero hablando de la edición y luego de viajar durante largo tiempo por ese mundo envolvente que lleva a un editor de publicaciones a vivir no sólo la pasión de escribir, sino de crear más allá de acontecimientos de actualidad, puede concluirse que la edición es, indiscutiblemente, una especialidad de la comunicación; pues si bien es cierto que en la Universidad Nacional se reconocen en la licenciatura tres espacios de acción del comunicador (prensa escrita, investigación y medios audiovisuales), también es cierto que el arte de editar es un campo aparte y tan vasto que bien merecería un reconocimiento paralelo a esas áreas de acción.

Dicho reconocimiento empieza a ser visto por otras instituciones de enseñanza superior como una necesidad, tan es así que la Universidad de Guadalajara imparte, desde hace ya algunos años (cuatro si no mal recuerdo) una Maestría en Edición que ya ha impulsado hasta el Distrito Federal. También la Cámara de la Industria Editorial se ha ocupado del tema y ha desarrollado algunos cursos y talleres en edición promoviendo desde hace unos diez años la "Beca Juan Grijalbo", cuyo objetivo es "profesionalizar la actividad editorial y la comercialización del libro y la revista".

Lo anterior nos lleva a una segunda afirmación y se refiere al hecho de que el editor juega un papel preponderante en la producción de toda publicación impresa y, en nuestro caso, particularmente de una revista. Sin su conocimiento global sobre el arte de hacer y publicar revistas o materiales impresos, la tarea creativa de un equipo editorial estaría incompleta y esa labor de selección y discriminación de materiales, apoyado en las técnicas y formas de observar y difundir información se vería afectada si le faltara su "cerebro, corazón o columna vertebral" de la que se hablara en el espacio dedicado al cuerpo editorial.

El conocedor más completo con que cuenta una publicación es el editor, no sólo en cuanto al trabajo periodístico, sino sobre todas y cada una de las etapas que acompañan el proceso de producción de un documento impreso. Para comprobar tal aseveración basta con echar un vistazo a una oficina de redacción de una publicación periódica la cual no podría funcionar sin un jefe de mando o editor que programara el trabajo, diera orden y selección a los materiales, coordinara el trabajo de equipo, planeara los cierres y las entregas, definiera las políticas editoriales, impusiera un mecanismo de trabajo con las distintas áreas involucradas (publicidad, impresión, ventas...), organizara los mecanismos y formas de pago de su equipo de trabajo, etcétera.

Pero, evidentemente la formación académica es la base que sustenta el crecimiento de cualquier profesional, el cual está obligado, en la práctica, a cumplir con la responsabilidad de profesionalizar el trabajo y, en consecuencia, difícilmente llegará a ser un verdadero editor aquel que no se esfuerce por reforzar y actualizar sus conocimientos académicos.

En este sentido es que el trabajo presentado no pretende, como se dijo en un principio, plantear el abc de la edición, pero sí propone la incorporación, aplicación y uso de la informática, no sólo en el trabajo práctico, sino en el proceso de formación profesional del comunicador de los medios escritos.

Aunque debemos de ver el uso de la computadora y apoyos informáticos simplemente como una forma moderna de hacer publicaciones, la computación ha marcado importantes diferencias en la forma de editar materiales para su difusión impresa. Las salas de redacción han modificado sus esquemas de trabajo con su correspondiente ahorro de tiempo y de recursos, al tiempo que las áreas de diseño han acelerado sus procesos en la medida en que, de manera más rápida y precisa, se puede observar en ellas la cristalización del trabajo. En los procesos de impresión sin duda se ha logrado acortar tiempo y sobre todo reducir los costos de producción, pues en los espacios donde se requerían grandes equipos humanos para producir los materiales, con la aplicación de las nuevas tecnologías los equipos se han reducido incluso a un par de personas donde antes se requería por lo menos 20.

Finalmente podemos decir de la edición y la computación, que son dos historias paralelas que se han unido en una sola para conformar

una nueva forma de concebir, producir y crear la comunicación escrita y, concretamente, de publicaciones periódicas o revistas.

Por ello, en la actualidad es realmente extraño encontrar oficinas de redacción que no cuenten con los apoyos informáticos mínimos, que permitan la edición informatizada de algún tipo de material de divulgación masiva y, por lo mismo, es igual de extraño ubicar alguna institución de enseñanza que no cuente con esos recursos que implican la preparación actualizada de sus educandos, desde su nivel básico. Para quienes llegamos tarde al siglo de los veloces desarrollos tecnológicos, no ha quedado otra opción que alcanzar, aun cuando la carrera sea acelerada, ese siglo XXI que se nos escapa.

Bibliografía

- Anverre, Ari, et al, *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, Fondo de Cultura Económica/UNESCO, México 1982.
- Arnold, Edmundo, *Diseño total de un periodico*, Edamex, 1986.
Barcelona, España 1986.
- Boletín del ISSN. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, México, 1987, Número 3, diciembre 1987.
- Brout, Bill, *Autoedición: diseño gráfico por microcomputadora*, Mc Graw Hill Editores, SEP-COSNET, México, 1987.
- Calvo Hernando, Manuel, *Civilización tecnológica de información*, Editorial Mitre, 1982.
- Calvo Hernando, Manuel, *Periodismo científico*, Paraninfo editores, España, 1977.
- CIMCA, *México publicando con mimeógrafo*, Manual del editor con huaraches, Colección cuadernos de comunicación alternativa, CIMCA, México (s/fecha).
- Cowart, Robert/Cummings, Steve, *El abc del ventura*, Ventura ediciones SA, México, 1990.
- Curran S., *Introducción al proceso de textos*, Editorial Gustavo Gili,
- David Ricardo, *Principios de la economía política y de la tributación*,
- Eco, Humberto, *Cómo se hace una tesis*, Editorial Gedisa, 6a. Edición, México, 1983.
- Escher Maurtis Cornelis, *Estampas y dibujos*, Benedikt Taschen.

- Fields, Craig, *Introducción a las computadoras*, Alianza Universidad, México, 1982.
- Fraser Bond, F., *Introducción al periodismo*, Editorial Limusa, Segunda edición, México 1961.
- Freedman, Alan, *Glosario de computación*, Mc Graw Hill, 1986.
- Gestión de la imagen corporativa. Creación y transmisión de la identidad de la empresa*. Ed. Norma/serie Norma Empresas y Empresarios. Colombia, 1987.
- Gonzalo Martín Vivaldi, *Géneros periodísticos*, Ed. Paraninfo, Madrid, 1979.
- Historia de la computación*, IBM de México, 1987.
- Jalapa, Veracruz, 1985.
- La imprenta. Nociones técnicas de los procedimientos de impresión, normas tipográficas*, Editorial Paraninfo, España, 1971.
- Lefebvre, Hemi, *Lógica formal, lógica dialéctica*, Siglo XXI editores, 8a. edición.
- Macrobot, *Word Perfect 5.0*, Macrobot Editores, México, 1990.
- Marx, Carlos, *Elementos fundamentales de la crítica de la Economía Política*, Siglo XXI, editores.
- México, 1985.
- Obras, Moscú, Fondo de Cultura Económica, México 1976.
- Ortíz, Efrén, *Periodismo: escritura y realidad*, Universidad Veracruzana
- Randolph Karch, R., *Manual de artes gráficas*, Editorial Trillas, México.
- Ray Tell, Leonardo/Ron Taylor, *Sala de redacción*, Editorial Gernika,
- Revista *Decisión Bit*, Números 1 a 12 (octubre de 1987 a octubre de 1988), México, D. F.
- Reyes Coria, Bulmaro, *Manual del libro en la imprenta*, Biblioteca del editor, UNAM-Coordinación de Humanidades, México, 1988.

- Rodríguez Pineda Arturo, *Comunicación gráfica*, Manual del editor, FCPyS-UNAM, México, 1990.
- Rojas Soriano Raúl, *Guía para realizar investigaciones sociales*, FCPyS-UNAM, México, 1981.
- Silva de Mejía, Silvia, *Realidades y fantasías de las computadoras*, Serie "Estudios", FCPyS-UNAM, México, 1976.
- Smith Adam, *Indagación de la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones*, Ed. Aguilar, 1961.
- Staffor Beer, *Diseñando la libertad*, Ed. Fondo de Cultura Económica "Breviarios", México, 1977.
- Swann Alan, *El color en el diseño gráfico*, Manuales de diseño, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1993.
- Trejo Dalarbre, Raúl, *La prensa marginal*, Ediciones El Caballito. México, 1975.