

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
ACATLAN U.N.A.M.

TECNICAS DE ELABORACION DE UNA REVISTA ESPE  
CIALIZADA.

LIC. EN PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA.

MA. EUGENIA IBARGUENGOITIA OCHOA.

MEXICO, D.F. 1987.



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 mi esposo

Raúl Antonio Velázquez M.

con cariño.

A mi hijo

Raúl Francisco

con todo mi amor.

M-0059650

## INDICE

OBJETIVOS .....	6
Introducción a la prensa especializada .....	9
CAPITULO 1 .....	16
CARACTERISTICAS Y FUNCIONES GENERALES DE UNA REVISTA.	
A) Características de las revistas .....	19
B) Funciones de las revistas .....	20
CAPITULO 2 .....	24
ORGANIZACION GENERAL DE UNA REVISTA ESPECIALIZADA.	
A) Organización u funcionamiento de una revista especializada.	26
CAPITULO 3 .....	34
FUNCIONES ADMINISTRATIVAS.	
A) Funciones de la dirección .....	35
B) Funciones de contabilidad .....	36
C) Funciones jurídicas .....	39
a) La libertad de prensa en México .....	399
b) Derecho a la Información .....	40
D) Departamento de información .....	44
a) El jefe de información .....	44
b) Recolección y preparación de la información .....	44
c) Fuentes informativas .....	45
d) Géneros periodísticos .....	47
e) Secciones de la revista "Economía Nacional" .....	54
E) Departamento de redacción. ....	65
a) Jefe de redacción .....	67
b) Reporteros .....	67
c) Corrección de estilo .....	68
F) Publicidad .....	70
a) Tipos de publicidad .....	70
b) Relaciones públicas .....	70
CAPITULO 4 .....	79
PASOS PARA LA REALIZACION DE UNA REVISTA.	
A) Planeación preliminar .....	80
B) Diseño .....	85
C) Tipos .....	92
a) Reseña histórica de los tipos .....	92
b) Tipos .....	94
c) Familias de tipos .....	97
d) Medida de los tipos .....	100

M-0059650

e)	Ilustraciones y su reproducción .....	103
	I) Ilustraciones línea.....	105
	II) Ilustraciones de tono continuo .....	106
	III) Tramas de medio tono .....	107
f)	Color .....	110
	I) Duotono .....	110
	II) Color básico .....	110
g)	Modificación de las dimensiones de una ilustración ...	111
	I) Corte de fotografías .....	112
h)	Composición tipográfica .....	113
	I) La linotipia .....	114
	II) La monotipia .....	116
	III) La fotocomposición .....	118
	IV) Máquina IBM Composses .....	118
	i) Proceso de montaje .....	121
D)	Impresión .....	124
	a) La primer prensa en América .....	124
	b) Procesos de impresión .....	124
	I) Impresión en relieve o tipográfica .....	125
	II) Impresión en hueco .....	126
	III) Impresión plana u offset .....	127
	c) Imposición y acabados .....	131
	d) El papel .....	132
	I) Su descubrimiento .....	132
	II) Fabricación actual del papel .....	132
	III) Medidas de papeles de impresión .....	134
	IV) Calidades del papel de imprenta y su uso .....	134
E)	Distribución.....	136
CAPITULO 5.....		139
IMPORTANCIA SOCIAL Y PERIODISTICA DE LA REVISTA "ECONOMIA NACIONAL"		
A)	Objetivos .....	140
B)	Contenido .....	141
C)	Penetración .....	142
CONCLUSIONES .....		144
BIBLIOGRAFIA .....		

## OBJETIVOS

La revista especializada es un canal informativo exclusivo, pues, cuenta entre sus lectores a un determinado grupo interesado en su contenido que, aunque contenga variaciones, sigue un patrón periodístico que cumple con ciertas características y esto es lo que hace que sea exclusivo en los renglones de lo económico, político y social.

El análisis de contenido de las revistas de este tipo comprende dos aspectos importantes: el periodístico que ha sido tema de diversos y profundos estudios y el técnico que ya ha sido tratado, pero no de una manera amplia y detallada como se realiza en este trabajo.

Se pretende demostrar que el aspecto técnico influye en el interés del lector por la revista. De la experiencia de haber colaborado con la revista "Economía Nacional" durante un año y seis meses, surgió la idea de realizar esta tesis; de esa forma se llega a conocer la manera como funciona cada departamento; además de la comprensión del proceso de elaboración de este me

medio de información.

El objetivo es analizar dicha experiencia desde la recopilación de todo el material informativo y gráfico, hasta su distribución y venta. Para expresarlo de una forma gráfica, se van a determinar los estados intermedios de la información en los pasos siguientes:

- a) recolección de las noticias,
- b) preparación de las mismas: redacción, corrección y edición y confección,
- c) impresión y
- d) distribución.

La técnica a seguir en este trabajo es ir analizando jerárquicamente cada departamento así como la descripción de su organización y funcionamiento, tomándose como ejemplo a la revista "Economía Nacional", que es un órgano informativo especializado en temas económicos y políticos tanto de la iniciativa privada como de la pública, nacional e internacional.

"EL PERIODISMO COMUNICA Y VITALIZA  
LA RELACION DE HOMBRES Y PUEBLOS.  
CONTRIBUYE A QUE EL SER HUMANO Y LA  
COMUNIDAD TENGAN VOZ Y VOTO EN LA  
HISTORIA". (1)



INTRODUCCION A LA PRENSA ESPE-  
CIALIZADA EN MEXICO.

DESARROLLO CRONOLOGICO DE LA PRENSA EN MEXICO. (2)

1524.- Se conoce que en este año aparecieron los primeros pregoneros, quienes fueron verdaderos predecesores del periodista. Informaban a la comunidad sobre los hechos que se daban en el ayuntamiento.

1539.- Llega la imprenta a México. Con esto se logran publicar con más periodicidad los escritos y se difunden las ideas, principalmente las religiosas, que eran de gran importancia para la época. Este primer imprenta fue traída por el obispo Juan de Zumárraga y el Virrey Antonio de Mendoza, y estuvo a cargo de Juan Pablos y Esteban Martín; su obra consistió en imprimir libros para la educación de los niños.

---

(1) Guajardo, Horacio, ELEMENTOS DE PERIODISMO, p. 11.

(2) Recopilación de: Cebrián, Juan Luis, LOS MEDIOS DE INFORMACION DE MASAS, p. 10. Pinto M. Jorge, REGIMEN LEGAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVA: LECTURAS BASICAS., pp. 30-67. Ruiz Castañeda y otros, EL PERIODISMO EN MEXICO., pp.13-309. Sutton, Albert, CONCEPCION Y CONFECION DE UN PERIODICO, pp. 29 y 30.

- 1541.- Aparecen las hojas volantes, las cuales informaban hechos de asuntos extranjeros, de armas, muertes o funerales de monarcas españoles, o rara vez difundían hechos inauditos, crímenes o ejecuciones.
- 1666.- Se crean las primeras gacetas. La primera se llamó "Gaceta General", describía solamente los sucesos que pasaban en España y México.
- 1667.- Comienzan a numerarse periódicamente las gacetas. Confiéndoseles así un carácter de serie.
- 1722.- Aparece el primer periódico propiamente dicho. Juan Ignacio Castorena publica seis números mensuales de "La Gaceta de México". Los temas que trataba eran religiosos, criminales y sociales. Castorena daba al periodismo un sentido más histórico que actual. Se le considera -- ser el primer periodista mexicano. Su publicación solamente contenía ocho páginas, y su desaparición se debió a la falta de papel.
- 1728.- Nace la segunda "Gaceta de México" fundada por Juan -- Francisco Sahagún. Publica bajo este nombre 157 números de ocho páginas. En 1742 cambia de nombre por el de "Mercurio Volante", pero se deja de publicar casi inmediatamente. Su lema era "informar los acontecimientos loables más notables para sentar ejemplo entre el público". -- Cuando sufrió esta transformación de nombre, su contenido incluía además del informativo, el literario.

Tanto la gaceta de Castorena como la de Sahagún describen el estado de la sociedad mexicana con sus costumbres y características.

1768.- Surge el "Diario Literario de México" dirigido por Antonio Alzate. Este es el primer antecedente de la prensa especializada en su tipo.

1772.- Dirigido por Ignacio Bartolache se da otra publicación especializada en la ciencia, lo llamó "Mercurio Volante"

1784.- Se funda la tercera "Gaceta de México", siendo ésta el primer órgano oficial del gobierno, fundado por Manuel Antonio de Valdés. En 1809 cambia de nombre al de "Gaceta del Gobierno de México". Cada número consta de ocho páginas siendo quincenal su publicación y posteriormente semanal. En esta gaceta surge la institución de avisos pagados que en ese entonces recibían el nombre de "encargos". La información que trataba era oficial de la Nueva España la cual consistía en decretos, acuerdos y nombramientos. Desaparece por falta de papel. Su distribución únicamente se realizaba en las ciudades entre la gente culta, ya que los criollos no sabían leer. Antonio de Valdés es el verdadero introductor de las secciones literarias en los periódicos de la Nueva España.

1802.- Se edita la ley de imprenta.

- 1805 - El primer diario no aparece propiamente hasta esta fecha; se le llamó "Diario de México", fundado por el periodista e historiador mexicano Carlos Ma. de Bustamante y por Jacobo de Villaurrutia. Comprendía avisos del culto religioso, disposiciones de la policía y del gobierno, noticias de los tribunales, adelantos de las ciencias y artes, avisos comerciales, notas necrológicas, anuncios -- sobre diversiones públicas y artículos de lecturas literarias. Este diario duró aproximadamente doce años y cada número contenía cuatro páginas.
- 1810.- Miguel Hidalgo funda en la ciudad de Guadalajara "El Despertador Americano", periódico insurgente que solamente tuvo siete números.
- 1812.- Aparece "El Ilustrador Nacional" impreso en papel corriente, con tinta de añil y tipos de madera. Este periódico tenía por objetivos "presentar los fines que se persiguen con la guerra", la justicia del movimiento insurgente y -- las circunstancias en que se desarrollaron los planes rebeldes.
- 1821.- La consumación de la Independencia abre para el periodismo mexicano una etapa cuyas características generales se mantienen más o menos invariables hasta el advenimiento de la prensa industrial a fines del siglo XIX. El perio

dismo que distingue a esta época es predominantemente - político y polémico ligado al movimiento de los partidos políticos.

1850.- Se inicia la época de florecimiento de las revistas católicas de contenido político-literario.

1853.- Cuando llega Santa Anna al poder, los periódicos disfrutaban de una absoluta libertad de expresión. Surgen una gran cantidad de periódicos políticos que disputan por sus respectivos partidos. Esta fue una de las épocas -- más caóticas de la prensa nacional.

1868.- Juárez llega a la presidencia y ésta se convierte en -- una etapa importante para la prensa, pues los pensadores literarios tuvieron un gran auge.

1870.- Nace la "Revista Literaria", semanario redactado por Manuel Orozco, José Segura y otros. Su colección consta - de 60 páginas.

1880.- Con Porfirio Díaz surge la prensa de la dictadura, al - frente de ésta se encontraba el general Manuel González que era compadre de Díaz.

1882.- Tiene su origen el "Diario del Hogar", el cual empieza a criticar a los transnacionales que entran al país. U-tiliza el lema de "libertad de prensa".

1883.- La Constitución garantiza a los ciudadanos su libertad - de expresión, siempre y cuando no ataque la vida priva-

da y la paz pública.

1885.- Nace el diario "El Hijo del Ahuizote" el cual desde sus primeras ediciones trata de que surga la ley de la libertad de prensa. En este año "El Monitor del Pueblo" se convierte en el primer periódico que se vendió por un centavo. Publicaba noticias mundiales, poesías, editoriales, historia y anuncios.

1888.- Nace la caricatura como arma política.

1896.- Desde esta época se considera el origen del periodismo moderno industrializado, donde el editor deja de tener tanta importancia y las noticias cobran mayor interés, dedicándose más espacio a crónicas, literatura y sociales. Se publican anuncios con ilustraciones llamativas y el precio de los diarios se reduce.

1901.- Aparece "Regeneración" de los hermanos Flores Magón. Inicialmente fue una publicación de carácter jurídico independiente, y posteriormente se transformó en periódico de combate. En su mejor época llega a imprimir treinta mil ejemplares.

1917.- Jurada la Constitución se garantizó el inalienable derecho a escribir sobre cualquier materia, con limitaciones únicas del respeto a la ley, a la moral y a la vida privada.

Surge "Excelsior" de Rafael Alducín, el cual compitió-

por muchos años con "El Universal" de Palavicini. Ambos diarios nacieron y crecieron como modelos del periodismo moderno con informaciones y artículos bien escritos y abundantes gráficas, lo que revela la fuerte influencia americana en ello.

1919.- Se publica "El Heraldó de México" del general Salvador-Alvarado.

1923.- Se inician las historietas cómicas en los periódicos, El Heraldó de México fue el iniciador.

1928.- Nace "La Prensa", dirigido primero por José Campos y - después por Miguel Ordorica.

1929.- Como órgano del partido oficial surge "El Nacional" -- que aún subsiste por el subsidio del gobierno.

1943.- Los diarios de más reciente creación son 32 que integran la Organización Periodística García Valseca.

1965.- Surge "El Sol de México" de la cadena García Valseca,- primer periódico impreso en color.

En la actualidad se publican en México entre periódicos y revistas alrededor de dos mil. De estos son casi cuatrocientos el número de revistas de todos los géneros.

De los medios masivos de comunicación, la prensa es la más desarrollada de las técnicas periodísticas; sea periódico o revista, ya que son constancias escritas que pueden permanecer en manos de los lectores por un tiempo indefinido.

## C A P I T U L O 1

Características y funciones generales  
de una revista.

"EL PERIODISMO ES UN MENSAJE FRECUENTE,  
ABIERTO, CON SENTIDO SOCIAL Y RESPONSA-  
BILIDAD HISTORICA". (3).



Las revistas en México son empresas comerciales que se mantienen principalmente de sus suscripciones y publicidad. Como medio periodístico, la revista es una publicación impresa en un número considerable de ejemplares y con una periodicidad regular.

Cada publicación tiene diferente estilo, que se distingue por la naturaleza de su contenido. Esta diferencia se basa en la tipografía utilizada, en la forma de distribución del material tanto escrito como gráfico, en el papel, en el tamaño, etc.

Sin embargo "en todas las épocas la revista ha comprendido y llenado las necesidades y aficiones del público" (4), por ejemplo las revistas de noticias son las que tienen mayor influencia y aceptación entre el público, pues son concisas y el poco convencionalismo en su vocabulario ha influido grandemente en el estilo periodístico en general.

---

(3) Guajardo, op. cit. p. 7

(4) Fraser Bond, F. INTRODUCCION AL PERIODISMO, p. 54

La revista periódica, cualquiera que sea su contenido, ha sido uno de los instrumentos de comunicación más persuasivos; -- "generación tras generación ha tenido un influjo en la estructura social y económica al crear gustos, estimular el comercio y moldear la opinión pública" (5).

Según Fraser Bond se puede lograr también "una clasificación de las revistas dependiendo de la calidad del papel, de la frecuencia de su publicación o del contenido periodístico, -- que pueden ser generales y especializadas" (6).

Entre las generales se cuentan las populares, que ofrecen relatos novelescos o asuntos de actualidad; las femeninas, -- las de crítica y opinión, que se limitan solo a comentar, criticar y opinar; las de noticias; las gráficas; las de modas, -- etc.

En cambio, dicho autor opina que las revistas especializadas "son aquellas publicaciones que tienen a sus lectores en determinados grupos de individuos que las leen porque contienen información de interés para ellos" (7).

La revista "Economía Nacional" como revista especializada tiene un contenido editorial de tipo económico y político, re-

---

(5) Fraser, OP. CIT. p. 54

(6) Fraser, OP. CIT. p. 55

(7) Fraser, OP. CIT. p. 57

coge directamente información nacional y extranjera de los sectores público y privado y así muestra un panorama actual de la economía. Su publicación es mensual y está dirigida por un economista empresario de la industria cartonera.

#### A) CARACTERISTICAS DE LAS REVISTAS.-

De las obras de De Gregorio y de Gaillard (8) se obtuvo la siguiente clasificación de las revistas:

a) Ofrecen al lector un tipo de narraciones e información interesante y amena para sus lectores.

b) Las revistas se leen paulatinamente y se hojean más veces que un periódico, con la posibilidad de enfrentar al lector varias veces con un mismo artículo.

c) Toda revista tiene una periodicidad determinada, sea semanal, mensual, anual, etcétera; a tal frecuencia de aparición se ligán su carácter y naturaleza. En esto, las revistas se distinguen por el mayor cuidado y profundidad con que se redactan sus artículos. Abarcan los hechos sucedidos en un periodo de tiempo más amplio y por lo mismo pueden referirlos de una forma más amplia y sintética.

---

(8) De Gregorio, Domenico, METODOLOGIA DEL PERIODISMO, p. 22  
Gaillard, Philippe, TECNICA DEL PERIODISMO, p. 25

d) La revista especializada política es un órgano de ideas o un portavoz de opiniones, principalmente políticas y económicas, que aspira a presentar a sus lectores su propio mensaje y a forjar sus opiniones. Es también un medio de información para comunicar lo que interesa a los lectores.

#### B) FUNCIONES DE LAS REVISTAS.-

Tomando como base a De Gregorio (9), se tiene que las funciones de una revista son las siguientes:

a) Informativas: cualquiera que sea su política editorial, la revista debe informar.

b) Políticas: toda revista por más objetiva que quiera ser acerca de sus artículos, puede pronunciarse en pro o en contra del comportamiento gubernamental o de cualquier partido político, por ejemplo, los ciudadanos del régimen democrático son los que eligen a sus gobernantes y sobre esto, la prensa ejerce indirectamente con su influencia sobre la opinión pública, un control activo del poder político. Ejemplo de esto se dio cuando "Economía Nacional" publicaba cada mes una reseña de la campaña política que realizó el presidente De la Madrid, a lo largo de todo el país. De esa manera influía en el poder de decisión de sus lectores. En la página siguiente se muestra la página 6

(9) De Gregorio, OP. CIT. p. 24

# ¡Todos Ganamos con De La Madrid!

**Elecciones del 4/vii/82**  
**registros 29 millones**  
**votantes 22 millones**  
**votos mmh ¡21 millones!**

El rotundo triunfo de nuestro candidato Miguel De La Madrid Hurtado en las elecciones para la Presidencia de la República, del día cuatro pasado, hace compromiso cierto, política de un próximo mandato Constitucional, las posiciones que el ahora Presidente Electo de México, expresó en el cierre de su campaña. Obviándose la necesidad de divulgar permanentemente tales posiciones, se han destacado los aspectos económicos de ellas, y se reproducen a continuación, junto a los datos estadísticos de la elección.

## Mexicanos!, compañeros de partido:

**L**egamos hoy a esta Plaza de la Constitución, centro vivo de la historia nacional, testigo de grandes episodios de nuestra historia, de penas y de glorias, de motines y asonadas, pero, sobre todo, de la lucha perseverante y vigorosa del pueblo de México para construir una Patria Independiente, una sociedad de hombres y mujeres libres y un sistema democrático, que supere todo vestigio de conservadurismo y se guíe permanentemente por la voluntad nacional.

Nos congregamos aquí, frente al Palacio Nacional, desde donde gobierna la Revolución Mexicana. Aquí ha permanecido más de 65 años por la voluntad expresa y reiterada de las mayorías nacionales. Desde allí continuará gobernando al país. Habrá de hacerlo por muchos años más, tantos como siga encarnando los sentimientos de la nación, obedeciendo los dictados soberanos del pueblo y manteniendo la capacidad de conducir

el progreso de todos. La Revolución continuará en el Palacio Nacional, por la voluntad soberana del pueblo de México.

## Las tesis y las políticas

Quiero reafirmar que:

- Creo en México, en su pueblo, en sus valores y en su destino.
- Creo en la Independencia Nacional como realidad sustancial.
- Creo en la libertad individual y colectiva, como requisito de nuestra convivencia digna.
- Creo en la democracia como forma de vida superior.
- Creo en la Justicia Social como condición de existencia y como objetivo nacional.

## Sociedad igualitaria.

Me comprometo a orientar mi Gobierno en favor de la exigencia fundamental de la Revolución Mexicana, el establecimiento de una sociedad igualitaria. Porque la desigualdad entre los mexicanos es un problema inaplazable, el combate a las desigualdades será criterio básico en todos los programas de gobierno.

## Desarrollo, empleo y combate a la inflación

Me comprometo a buscar un desarrollo económico que se inscriba en un amplio proceso de realización humana y social, y un aprovechamiento racional de nuestros recursos naturales. Cuidaremos la limpieza del agua, la tierra y el aire.

Abatiremos la carestía de la vida, la inestabilidad de nuestra moneda y defenderemos la actividad económica y el empleo. Enfrentaremos con decisión los grandes problemas estructurales del desarrollo mexicano y ordenaremos las finanzas del Estado.

Tenemos que atacar la desigualdad social, la ineficiencia y la baja productividad, la escasa competitividad de nuestros productos en el exterior, el exceso de compras en el extranjero y un ahorro interno insuficiente.

Hemos de reorganizar el esfuerzo productivo y distributivo para fundar sobre bases realistas una economía sana y una vida social más justa.

**ESTOS SON MIS COMPROMISOS, NO SON PROMESAS.**

del número correspondiente a julio de 1982, cuando De la Madrid ganó las elecciones presidenciales. De este ejemplo se puede observar el apoyo que se daba a tal campaña.

c) Sociales: al ser un medio de comunicación, la revista contribuye a convertir al lector en un elemento activo de la vida social.

Existen además varias responsabilidades que todo periodista o publicación tiene, éstas son una jurídica otra social y una política.

La responsabilidad jurídica "es la que se deriva de las leyes bajo cuyo imperio ejercita el periodista su profesión" (10), aunque el director no escriba nada, es quien responde de los delitos cometidos en la publicación.

La responsabilidad social "es la que se deriva de la influencia benéfica o maléfica que el periodista puede ejercer con sus escritos, sobre los lectores a los que se dirige" (11).

La gente de hoy platica y opina muchas veces basándose en lo que leyó en los periódicos y revistas, de ahí la gran responsabilidad de escribir con veracidad y honradez.

La responsabilidad política es aquella en la que el periodista no es un hombre político sino un técnico de la información. Es decir, él informa acerca de las directrices políticas de un

(10) De Gregorio, OP. CIT. p. 25

(11) De Gregorio, OP. CIT. p. 26

determinado régimen o un tipo de gobierno, sin estar de acuerdo con ello, simplemente informa lo que se le dijo. En cambio si es una personalidad política la que escribe, en ese caso sí podría existir problemas de publicación.

## C A P I T U L O 2

### Organización General de una Revista Especializada.

"UNA ORGANIZACION ES UN SISTEMA ESTABLE DE INDIVIDUOS QUE TRABAJAN JUNTOS PARA ALCANZAR, MEDIANTE UNA JERARQUIA DE RANGOS Y DIVISION DEL TRABAJO, LOS OBJETIVOS COMUNES" (12).



La importancia de cualquier revista especializada no la determina el lugar donde circula, sino que cuentan el propósito e integridad, el prestigio y la fuerza, pues sin estos puntos la publicación carece de importancia.

Una publicación especializada es además de una profesión, un negocio, ya que cualquiera tiene la libertad de publicar -- una revista y lo único que necesita para eso es tener un capital. Así, como muchas compañías manufactureras tuvieron sus orígenes con un solo artesano, de igual forma una revista puede comenzar con una pequeña publicación y más tarde convertirse en una empresa editorial; tal es el caso que se dio en "Economía Nacional". Hace cinco o seis años era una pequeña publicación de 32 páginas que solo circulaba entre un pequeño grupo de economistas; no contaba con personal encargado de realizarla y lo que la mantenía en circulación era el apoyo de sus

---

(12) Rogers, Everett M. COMUNICACION EN LAS ORGANIZACIONES, p.7

pocos colaboradores que eran los del mismo grupo. El material - obtenido de estas personas se enviaba a una imprenta y ahí se realizaba todo el trabajo. En la página siguiente se muestra - una copia de la portada de aquellas primeras publicaciones, - (junio, julio de 1979) y en la siguiente se encuentra la página 17 de ese mismo ejemplar.

Con el paso del tiempo la revista fue adquiriendo mayor interés entre sus colaboradores, y en base a esto su director decide formar la "Editorial Keal". Se contrató personal para realizar la tipografía, el diseño y formación, administración y -- distribución de la revista. Con estos cambios la revista se -- transformó completamente en lo que se refiere al formato, papel y tipografía; sus colaboradores tuvieron mayor interés en ella, aumentando su número de páginas a 64. En las siguientes páginas (29 y 30) se muestra la portada y la página 60 del número de junio de 1982 para comparar y observar el cambio que tuvo la revista.

#### A) ORGANIZACION Y FUNCIONAMIENTO DE UNA REVISTA ESPECIALI- ZADA.-

El funcionamiento de toda revista en esencia sigue los -- mismos pasos, pues existe una forma básica de organizar una publicación aunque existan variaciones de una a otra. La división

# ECONOMIA

# PERIODISMO

## PERIODISMO

¡Oh! que bello es poder expresarse.

Hoy en la mañana me levanté ansioso de buscar una noticia, algo especial para transmitir al Pueblo de México.

Una noticia que llevara paz y tranquilidad a los Ciudadanos Mexicanos; me dirigí a una Dependencia del Gobierno en busca de información y encontré algo espectacular.

Podía ser la culminación como periodista.

Con palabras entrecortadas decidí pedir la información, era un 7 de junio el día del periodista, por mi nerviosismo salí precipitado y no revisé la información, ya más tranquilo empecé a estudiar el documento pero cual fue mi sorpresa, lo que había vivido en esos instantes no era lo que el documento expresaba, salí corriendo hacia la Dependencia Gubernamental con el funcionario, y la esperanza de que se hubiera equivocado, pero cual fue su reacción, ésto es lo autorizado y no tengo tiempo para explicaciones. Perplejo salí de la oficina con la moral en los suelos y ahora qué voy a publicar.

Ya todos tienen la noticia y si yo escribo la verdad nadie me creerá.

H  
E  
N  
R  
Y  
S.  
D  
A  
B  
D  
O  
U  
B  
S.  
A.

## Aspectos Prioritarios y Medidas Ulteriores de Acción para el Desarrollo del Plan Nacional del Empleo

Del examen de los diversos documentos preliminares que integran el Plan Nacional del Empleo, así como de diversas presentaciones hechas recientemente por varios especialistas de la Secretaría del Trabajo en algunos foros de análisis, pueden destacarse como aspectos fundamentales de dicho Plan y de la estrategia para su realización las siguientes grandes conclusiones:

1. El modelo de desarrollo económico del país implementado desde el inicio de la etapa de industrialización de México se ha revelado importante para asegurar, junto con la expansión económica, la satisfacción de las demandas de bienestar social del país. Particularmente a partir del fin de los años 60s. e. sistema se ha manifestado cada vez más incapaz de garantizar la generación del número de empleos productivos y bien retribuidos que de manera imprescindible se requieren.
2. El incremento demográfico ha exacerbado el problema del desempleo y, más todavía, el de la falta de oportunidades de ocupación y el de la subutilización y baja retribución de la fuerza de trabajo, hasta niveles nunca antes experimentados en el país.
3. Así, el llamado problema de empleo en México está constituido en rigor, por los siguientes cuatro componentes:
  - a) El rezago de la absorción de la demanda no satisfecha de empleos que se ha venido acumulando durante los últimos años.
  - b) La nueva demanda de oportunidades de trabajo representada por los jóvenes que acceden a la edad legal de laborar.
  - c) El desempleo o cesantía propiamente dicha, de trabajadores regulares que por diversas causas dejan transitoriamente de trabajar y.
  - d) La subocupación y sub-retribución de la fuerza de trabajo.
4. Por la magnitud del número de personas que de manera conjunta afectan estos fenómenos (cerca del 53% de la población económicamente activa) debe considerarse, sin lugar a dudas, que el llamado

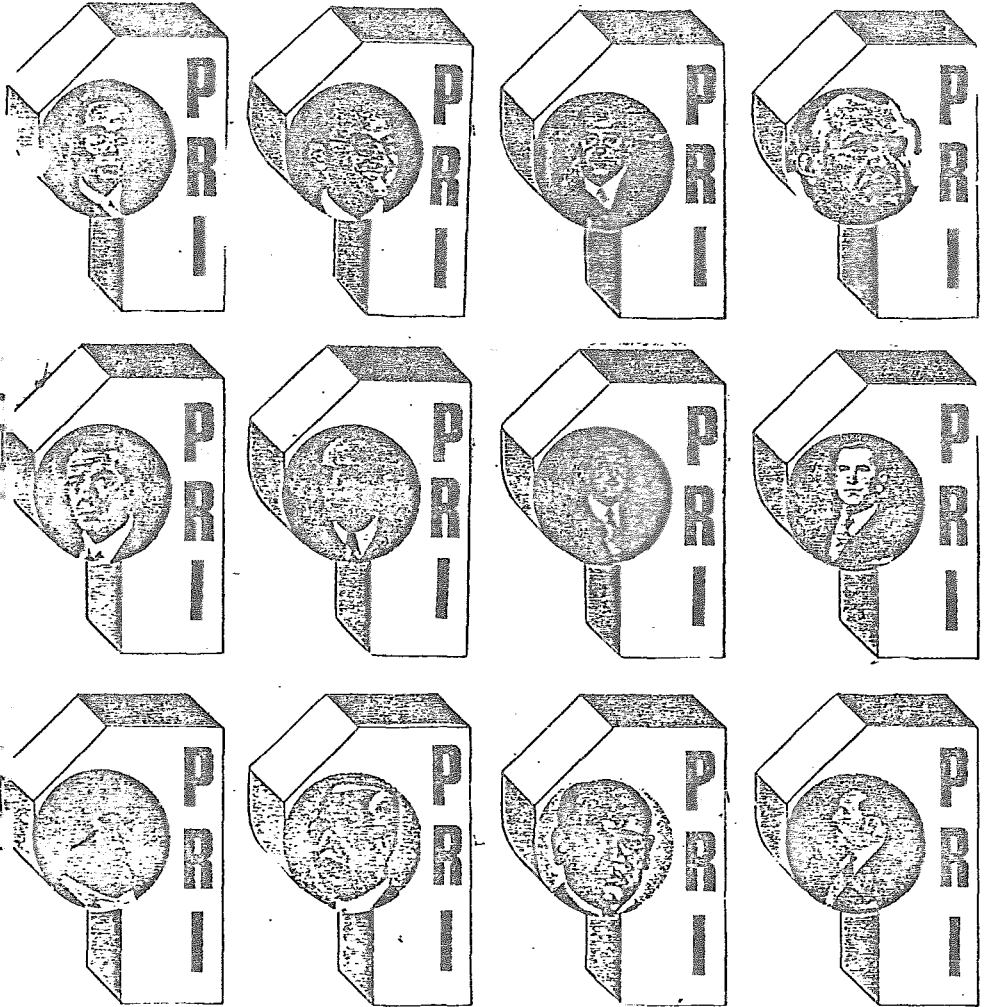
RIO DANUBIO 51

MEXICO 5, D. F.

TELS. 5-11-28-69 y 5-14-24-03

# economía nacional

\$75.00



PORTADA

Junio de 1982, No. 263

## Situación Económica Actual en México II

**E**l problema grave de la crisis norteamericana 1929 - 33 era el gran desempleo que estaba provocando; llegaron a haber millones de desempleados, en unos cuantos días, función del cierre de las empresas por los empresarios, de la pérdida de confianza, de credibilidad en el sistema, en el dinero, en los pagarés, en una serie de circunstancias, que favorecieron entonces una gran desorganización social, una verdadera crisis en el sentido de la palabra, y que representó el principal reto al que tuvo que afrontar la teoría Keynesiana.

La teoría Keynesiana no es lo máximo tampoco, ni representa la panacea de los valores económicos. Ya fue descubierto hace tiempo que hay otros principios, otros aspectos que hay que tomar en cuenta, aparte de los que ya de por sí adopta la economía Keynesiana, para entender mejor la problemática y poder diseñar las soluciones más adecuadas.

Estados Unidos logró recobrase después de la gran crisis; la siguiente guerra mundial, la Se-

gunda Guerra Mundial, fue casi un pretexto para declararse, ahora sí, como primera gran potencia del mundo, prácticamente sin haber participado; obtuvo gran reconocimiento por parte de los países aliados, y a partir de ese momento robusteció su economía y ascendencia sobre los demás países del mundo. Tan es así que en el aspecto monetario logró desplazar la importancia, el predominio que tenía la libra esterlina, por ejemplo, para crear una área del dólar, donde esta moneda se convirtió en un patrón rector de los demás patrones monetarios. Y eso es muy importante desde el punto de vista económico y desde el punto de vista de los aspectos que vamos a analizar posteriormente, que tienen relación con la inflación y con la devaluación mexicana ... Porque hay una área, una región donde predomina esta moneda y lo que le pase a esta moneda, repercute por necesidad sobre las demás monedas cuya paridad está fijada respecto de ésta. Entonces, esta moneda que representa el patrón homogéneo de homo-

géneo es muy importante para poder entender los aspectos económicos recientes.

Estados Unidos obtiene un lugar preponderante del comercio mundial; la producción en masa proviene más que todo de ese país; los precios llegan a estabilizarse gracias a la producción en masa; el capital se empieza a exportar, a Europa, a Japón mismo, y es indudable el poder económico que alcanza esta nación.

Sin embargo, ¿Qué es lo que pasa ahora en el mundo y que desde luego está originando un impacto serio en nuestra economía? Eso es lo que quisiéramos analizar a través de unas cuantas cifras.

Es un hecho que existe en la actualidad un debilitamiento a nivel internacional, de todas las naciones; ese es el primer aspecto de preocupación, pues mientras el sistema o los países estuvieron todos sin problemas, mal que bien también nos iríamos beneficiando, a través del comercio internacional, o de acuerdos internacionales, y por el estilo. El problema es cuando existe una

de la actividad general para fijar las funciones y la subdivisión de éstas en otras de menor amplitud, debe realizarse de modo más lógico, y en la forma que más favorezca la eficiencia.

"La organización de una empresa periodística especializada se modifica de acuerdo al tipo de publicación y al de sus propietarios" (13). Puede comprender un mínimo de una sola persona o un gran número de empleados; pero en su estructura, cuenta con los departamentos necesarios para su elaboración. La organización es "el proceso de combinar el trabajo que los individuos o grupos deben efectuar con los elementos necesarios para su ejecución, de tal manera que las labores que así se ejecuten, sean los mejores medios para la aplicación eficiente, sistemática, positiva y coordinada de los esfuerzos disponibles" (14).

Ya que el fin de toda empresa periodística especializada es producir un servicio, que es informar y comentar, su principal actividad consiste en transformar unos acontecimientos en noticias, mediante su publicación, éstos pasos se derivan de la búsqueda y selección de las notas.

Según Rucker, (15), existen tres sistemas de organización de empresas periodísticas: una piramidal, funcional y de personal jerárquico y auxiliar.

(13) De Gregorio, OP. CIT. p. 19

(14) Reyes P. Agustín, ADMINISTRACION DE EMPRESAS. TEORIA Y PRACTICA. p. 211

(15) Rucker, Frank, ORGANIZACION Y ADMINISTRACION DE PERIODICOS. p. 8

El piramidal se asemeja a una organización militar.

El funcional a un sindicato, donde la autoridad se asigna por niveles de tareas u obligaciones y cada función tiene su propia autoridad conclusiva.

El sistema personal jerárquico y auxiliar reúne las cualidades de las dos anteriores. En éste, el control desciende por niveles y cada estrato tiene su autoridad conclusiva.

Los departamentos están dirigidos por ejecutivos que son directamente responsables ante su superior, pero tienen responsabilidades y autoridades dentro de su propio grupo.

Este tipo de organización armoniza con el manejo de la publicación porque se controlan todos los departamentos y conserva la libertad de operación en cada uno de ellos.

Dentro de una empresa de este tipo intervienen directores, empleados, trabajadores y capital. Lógico que los elementos humanos tienen el primer sitio en la empresa ya que son ellos -- quienes le dan vida. Los equipos instrumentales son secundarios, pero para que subsista, necesita primero de los ingresos que -- pueden provenir de sus lectores, de la publicidad o de una institución que la patrocine.

"Economía Nacional" aparte de recibir ingresos de sus lectores. inscritos es patrocinada por la compañía "Cajas Corrugadas de México", ambas del mismo dueño.



El autor Emil Dovifat clasifica las revistas de la siguiente manera: las que están dirigidas por un presidente-editor, las de un gerente general, las de un propietario-director y las de cooperativas (16). "Economía Nacional" pertenece al tipo de propietario-director, que según el autor mencionado, solo puede darse en las empresas periodísticas pequeñas.

Las dos principales funciones en una empresa se encomiendan al director y al gerente (si es que éste existe); estas funciones consisten en atender tanto lo periodístico como lo económico, en otras palabras, "deciden cuál va a ser el contenido editorial y la forma como la revista se va a sostener económicamente" (17).

Además trabajan dentro de la empresa los que tienen una relación regular de empleo, como son el tipógrafo, el formador redactor, etc., y se encuentran también los colaboradores externos, quienes con cierta regularidad colaboran con la revista en las materias que son competentes.

Aparte del ámbito editorial y del administrativo, es importante también el de los talleres de impresión, pues los tres en conjunto forman lo que es la revista.

(16) Dovifat, Emil, PERIODISMO, p. 87

(17) Idem.

## C A P I T U L O 3

### Funciones Administrativas

"ADMINISTRACION DE EMPRESAS ES UN PRO-  
CESO SOCIAL QUE LLEVA CONSIGO LA RESPON-  
SABILIDAD DE PLANEAR Y REGULAR EN FORMA  
EFICIENTE LAS OPERACIONES DE UNA EMPRE-  
SA, PARA LOGRAR UN PROPOSITO DADO" (18).

El publicar una revista requiere de un complicado proceso de manufactura lo cual se logra solamente con una bien organizada administración.

Analizando cada sección o departamento del cual está constituida la revista tenemos que:

A) Funciones de la dirección. Por lo general en casi todas las revistas, las funciones de la dirección son las mismas, y en este caso en "Economía Nacional" son las siguientes:

a) El director es quien responde por la revista, es el que tiene la responsabilidad de lo que se escribe en ella.

b) Es el director el que señala la política editorial o --tendencia del contenido de la revista.

c) Representa oficialmente a la empresa para cualquier circunstancia donde deba ser representada la revista.

d) Coordina el trabajo del personal. A cada empleado le or

---

(18) Reyes Ponce, OP. CIT., p. 16

dena las funciones que debe desempeñar.

e) Generalmente es él quien escribe la página editorial.

f) Junto con el jefe de información, jerarquiza artículos y noticias y determina la distribución de las secciones.

g) Puede modificar el material fotográfico o escrito dependiendo de sus revisiones y sugerencias.

B) Funciones de la contabilidad.- Contabilidad "es el arte de registrar, clasificar y resumir de manera significativa y en términos monetarios, transacciones que son, en parte al menos, de carácter financiero, así como de interpretar los resultados obtenidos" (19).

El departamento de contabilidad de "Economía Nacional" es el punto de partida de la empresa, ya que para que funcione se necesitan manejar correctamente los costos, administrar la parte comercial, así como la producción de la revista.

De las funciones que se encarga el mencionado departamento están:

a) Llevar a cabo todo el mecanismo de ingresos y egresos, es decir, manejar balances, libros, gastos de caja, pagos, revisión de facturas, gastos de oficina y talleres, pagos de servicios, papelería, etc.

(19) Prieto, Alejandro. PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD, p. 2

b) Controlar los honorarios y sueldos del personal, la relación fiscal, el pago de impuestos y del seguro social.

c) Cobrar la publicidad y la venta de revistas.

d) Manejar la cuenta bancaria.

e) Pagar la distribución de la revista que se manifiesta - en el transporte, el empaquetado y el flete.

f) Cuidar los aspectos financieros de la empresa y asegurar que éstos medios garanticen la vida de la empresa, pues sin ellos dejaría de existir.

Todos los ingresos provienen de la venta al público ya sea directamente o por suscripciones y las inserciones publicitarias por el contrario, los egresos, los constituyen todos los gastos - antes señalados, los cuales se compensan con la venta de ejemplares y del espacio publicitario.

"LA LIBERTAD JURIDICA DE LA PRENSA, CONSISTE EN LA LIBERTAD GARANTIZADA POR EL ORDENAMIENTO JURIDICO DE EXPRESAR LIBREMENTE LAS PROPIAS IDEAS POR MEDIO DE LA PRENSA Y DE CONOCER CUANTO LOS DEMAS, CON EL MISMO MEDIO, INTENTAN EXPRESARSE" (20)

LA LIBERTAD DE EXPRESION ES "LA FORMA DIALOGADA DE LA LIBERTAD DE PENSAMIENTO, DE LA QUE RECIBE SER, VALOR, NECESIDAD Y FUERZA..."

(21)

C) Funciones Jurídicas.-

"La libertad de prensa es una conquista de las ideas liberales del siglo XIX, fruto de la Revolución Francesa" (22).

a) La Libertad de prensa en México.

Hasta 1814 estuvieron vigentes las leyes de imprenta proclamadas en la Constitución de Cádiz, España. Después de 1857, los constituyentes del Congreso Mexicano crearon una ley de imprenta que abolía la censura de varias décadas; dicha ley no abarcaba los escritos religiosos. La libertad de imprenta era el único medio de conocer la opinión pública, sin la cual no era posible gobernar adecuadamente ni distinguir ni dirigir el espíritu público y sin esa libertad la Nación no podría jamás justificar las ideas de sus diputados y al mismo tiempo manifestarles su opinión.

Esta libertad de imprenta no se dio de manera cabal, pues se tomó en cuenta el material religioso y se respetó el fuero eclesiástico para los delitos de imprenta.

Fue hasta la Constitución de 1917 cuando se concibe la libertad de pensamiento y de expresión no solo en materias principalmente políticas sino para todas, aún las religiosas; "así es

---

(20) De Gregorio, OP. CIT., p. 28

(21) Guajardo, OP. CIT., p. 19

(22) Cebrián, OP. CIT., p. 24

como se asentó en el Artículo 6º de esta Constitución. Su aprobación se debió a que en ningún lado se establecía la intolerancia religiosa" (23).

El Artículo 6º y el 7º establecen la libertad de expresión, la libertad de escribir y la de publicar siempre y cuando "la-manifestación de ideas no será objeto de ninguna inquisición -judicial o administrativa, sino en el caso de ataque a la moral los derechos del tercero provoque algún delito o perturbe el -orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado" (24).

b) Derecho a la Información.-

Se supone que el derecho a la información pertenece a los ciudadanos y de ordinario las constituciones de los países de-mocráticos así lo establecen nítidamente. Es un derecho a infor-mar y a estar informado. Son entonces los lectores los verdade-ros propietarios de la información que reciben.

"La información es un bien público a cuyo disfrute tienen-derecho todos los ciudadanos, ya que forma parte de sus necesi-dades culturales" (25).

---

(23) Pinto M., Jorge, REGIMEN LEGAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVA, p. 87.

(24) Artículo 6º de la Constitución de los Estados Unidos Mexica-nos.

(25) Cebrián, OP. CIT., p. 26



"La libertad de expresión es un derecho de TODOS LOS CIU-  
DADANOS y que no debe ser restringido en su ejercicio profesio-  
nal solo a los periodistas" (26).

A pesar de que existe esta garantía constitucional de li-  
bertad de prensa, ninguna revista está autorizada a emitir con-  
ceptos falsos e infamantes acerca de cualquier individuo, gru-  
po o institución, sea intencionalmente o por negligencia.

En nuestro país es necesario cumplir con ciertos requisi-  
tos jurídicos para la edición de una revista. Para obtener los  
permisos necesarios, De Gregorio enumera lo siguiente (27):

La licencia de contenido y título se obtiene ante la comi-  
sión calificadora de publicaciones en la Secretaría de Goberna-  
ción.

Los derechos de contenido y título, incluyendo diseño, los  
otorga la Dirección de Derechos de Autor de la Secretaría de -  
Educación Pública.

La autorización para circular como correspondencia de se-  
gunda clase, que significa una reducción en el pago de tarifas,  
es otorgada por la Dirección de Correos de la Secretaría de Co-  
municaciones y Transportes.

Las exenciones de impuestos sobre la renta e ingresos mer

---

(26) Cebrián, OP. CIT., p. 22

(27) De Gregorio, OP. CIT., p. 30

cantiles se obtienen en la Secretaría de Hacienda y en el Departamento del Distrito Federal.

Los pagos de impuesto sobre productos de trabajo y cotizaciones para vivienda y seguridad social se verifican en las oficinas federales de Hacienda y del Seguro Social.

Todos estos pagos y permisos se realizan por medio del departamento de asuntos jurídicos.

Como un requisito para todas las publicaciones, se debe a notar claramente, en un lugar visible, el número de Derecho de Autor, el de registro de correos, el tipo de correspondencia y su número de registro, así como el nombre de la editorial y de las asociaciones a las cuales pertenece la publicación.

En "Economía Nacional" dentro de la página 2, donde está el directorio y el contenido, aparece en un pequeño recuadro se ñalados dichos requisitos, además del que la oficina de correos exige que se señale el precio y el número de publicación del que se trate. En la página siguiente se observa la presentación de dicha página, donde se advierte en la parte inferior derecha di cho recuadro.

## Directorio

### CONSEJO EDITORIAL

Lic. Carlos E. Casillas  
Lic. Julio Zamora Bátiz  
Lic. Javier Garduño Pérez  
Lic. Pablo Avelleyra  
Lic. Manuel Bernardo Aguirre  
Lic. Socorro Lagos de Minvielle  
Lic. Ma. Luisa Calzada de Campos  
Lic. Juan José García Lourdes

### DIRECTOR

Lic. Enrique Dabdoub Gómez

### GERENTE

Sr. Félix Madrigal G.

### ADMINISTRADORA

Sra. Araceli Rosales V.

### RELACIONES PUBLICAS

Lic. Carlos Casillas

### DEPARTAMENTO JURIDICO

Lic. Miguel Ascencio Villanueva

### JEFATURA DE INFORMACION

Lic. Ma. Eugenia García C.

### DISEÑO

Srita. Ma. Eugenia Ibarguengoitia O.

### CIRCULACION

Sr. Walter Wolley Fumagalli

### TIPOGRAFIA

Srita. Aurora I. Reyes King

### COLABORADORES

Sen. Dr. Angel Aceves Saucedo  
Lic. Enrique Ibarra  
Lic. Eugenio Minvielle  
Lic. Elías Zaied  
Sr. Enrique Zapata  
Ing. Alejandro Smutny N.  
Sr. Rafael Rodríguez Coronel  
Dr. Gustavo Matus Pacheco  
Lic. Eduardo Santillán Tiscareño  
Lic. Mario Márquez Laposse  
Lic. Oscar Montes Ahumada  
Ing. Samuel Rodríguez  
Colegio Nacional de Economistas  
Liga de Economistas Revolucionarios  
Asociación de Economistas al Servicio del Estado

TELEX: 1775827 CCMME

### CORRESPONSALES

Lic. Norma Z. de Kury (San Salvador)  
Lic. Jacob Kuttothara (Philadelphia, USA)

Septiembre de 1983 No. 41

## Contenido

- 7 Reunión Oficial de los Presidentes de México y Estados Unidos
- 15 Pacto de Solidaridad Nacional  
*Fuente: Presidencia de la República*
- 19 Descentralización de la Educación en México  
*Fuente: Secretaría de Educación Pública*
- 22 Inauguración del Centro Financiero Regional del Golfo  
*Fuente: Secretaría de Pesca*
- 24 Bases para Atacar la Inflación en la Actual Crisis Económica  
*por Carlos Olivares Leal (AESE)*
- 27 Primer Informe de Gobierno del Presidente Miguel de la Madrid  
*Fuente: Presidencia de la República*
- 38 Tasas de Interés y la Economía Mundial  
*por J. de Larosière (F.M.I.)*
- 46 Análisis del CONLA sobre el Plan Nacional de Desarrollo
- 50 Crédito Canadiense por Cien Millones de Dólares  
*Fuente: Embajada de Canadá  
por J. Russell McKinney*
- 53 Visita del Viceprimer Ministro de Nueva Zelanda a México  
*Fuente: Embajada de Nueva Zelanda*
- 55 Degremont, Principal Empresa Francesa de Tratamiento de Aguas  
*Fuente: Embajada de Francia  
por Martine Blanc*
- 56 Ponencia:  
Análisis y Perspectivas de la Intervención del Estado en la Economía  
V Congreso Nacional de Economistas  
*Presentado por: Asociación de Economistas al Servicio del Estado, A. C.*
- 64 Prosa y Poesía

NOTA: Todos los artículos presentados son responsabilidad de los Autores. PUBLICACION MENSUAL AL SERVICIO DE LA INFORMACION NACIONAL, Editada por KEAL, S. A. de C. V., Río Danubio No. 51 - 5a. Piso, Col. Cuauhtémoc, 06500 México, D. F., Apartado Postal 14-891, Teléfono: 5-33-05-80 ext. 122, Suscripción México \$ 1,250.00 - Suscripción otros países 30 dólares, Miembros Activos de Corresponsales y Directores de Prensa de la República Mexicana A. C., y de la Asociación Nacional de Periodistas, A. C., Departamento del Registro del Derecho de Autor, Inscripción 596 - 81 No. 149 - 80 206 - 98.352, Registro Dirección General de Correos Oficio 21212, Exp. 091.70/694, Control 1344, Tiro 10 000 Ejemplares. CORRESPONDENCIA DE SEGUNDA CLASE REGISTRO DGC - NUM. 035 - 0980 CARACTERISTICAS 229251209 Impresa por DAREY IMPRESORES EDITORES, Prolongación de Juana de Arco No. 201, San Juan Ixtacalco, 08900 México, D. F., Teléfono: 5-79-98-43.

D) Departamento de Información .-

El contenido de la información es lo que esencialmente influye en las sociedades aunque la manera de transmitirla comporte matices y variantes de indudable importancia. Es la información y no sus efectos el único objeto teórico inmediato de la actividad periodística en los medios de comunicación.

El departamento de información está integrado por un jefe de información y por los reporteros.

a) El jefe de información.-

"Es el responsable de la actividad eficaz de los reporteros, asigna a cada uno la fuente que debe cubrir y los asuntos de mayor interés para el contenido de la revista" (28). Esta persona se encarga también de dar directamente las órdenes de trabajo a los reporteros lo cual supone que debe estar alerta de todos los asuntos y eventos de más interés para la publicación.

b) Recolección y preparación de la información.-

Toda tarea de un periodista "se reduce a estas dos acciones recolectar noticias y prepararlas adecuadamente para su reproducción mecánica y su difusión" (29). En el primero de los casos reside la actividad informativa e investigativa del redactor. Y

---

(28) Guajardo, OP. CIT., p. 64

(29) Cebrión, OP. CIT., p. 42

la preparación cuidada y conforme a las normas de estilo, sino también al manipulado técnico y artístico.

Los reporteros deben trabajar dependiendo de las horas -- previstas por el sistema de trabajo que tienen sus informadores. Es el reportero el encargado de recoger la información para la revista, la que se le otorga por medio de boletines, inoformaciones verbales, publicaciones especializadas de las que extrae notas y de la observación directa de los sucesos.

c) Fuentes informativas.-

"Las fuentes informativas son centros donde ocurren suceosos o donde se emiten opiniones, donde frecuentemente se tiene información. Las fuentes informativas pueden agruparse por acotividades ya sean políticas, económicas, sociales, etc. Dentro de ellas los reporteros necesitan movilizarse inteligentemente para poder obtener el material que requieren" (30).

Las fuentes informativas a las cuales recurren los reporoteros de "Economía Nacional" son las siguientes:

POLITICAS, como son la Secretaría de Gobernación, las Cáomaras de Diputados y Senadores, el P.R.I., grupos no electoraoles como son la Liga de Economistas Revolucionarios, El Colegio de Economistas y la Asociación de Economistas al Servicio del - Estado.

---

(30) Guajardo, OP. CIT., p. 25

PRESIDENCIA, en el Palacio Nacional, y todo lugar al que asista el Presidente de la República.

RELACIONES EXTERIORES, es la Secretaría de Relaciones Exteriores y las Embajadas y Consulados.

FINANCIERAS, las Secretarías de Programación y Presupuesto y el Banco de México.

ECONOMICAS, las Secretarías de Comercio y de Pesca, la Confederación de Cámaras Industriales, PEMEX.

AGRICOLAS, las Secretarías de Reforma Agraria, Agricultura y Recursos Hidráulicos, la Unión de Productores de azúcar, café, maíz, etc.

OBreras, la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, el Congreso del Trabajo.

COMUNICACIONES Y OBRAS PUBLICAS, las Secretarías de Comunicaciones y Obras Públicas, la de Desarrollo Urbano, Vivienda y Ecología, y el INFONAVIT.

EDUCATIVAS, la Secretaría de Educación Pública, la U.N.A.M. y el I.P.N.

TURISTICAS, la Secretaría de Turismo.

Además existen las llamadas fuentes exclusivas que son aquellas de las que los reporteros se surten individualmente, sabiendo a qué publicación va dirigida. "Economía Nacional" obtiene información exclusiva de las embajadas francesa, japonesa, inglesa y americana, las cuales envían sus boletines a la revista.

d) Géneros periodísticos.-

"Son las técnicas utilizadas para la manifestación del periodismo; cada género tiene una estructura propia que lo identifica y da la oportunidad de sistematizar lo escrito con una técnica elemental" (31).

Los géneros periodísticos más conocidos son la noticia, reportaje, entrevista, crónica, columna, crítica, ensayo, caricatura y artículo.

La noticia es el "género periodístico por excelencia; trata de informar, en el menor número de palabras posible, lo esencial de un hecho o situación" (32). Es por su propia naturaleza breve y pretende ser objetiva e incluir el mayor número de datos posibles en el más pequeño espacio deseable. No se presta a ningún lucimiento literario y el estilo es frío e impersonal.

Cualquier acontecimiento de interés general es NOTICIA, y el redactor de una noticia debe informar el qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por qué del suceso; de esta forma la noticia queda estructurada como tal y el lector en solo unos cuantos renglones es informado completamente.

El reportaje representa una investigación, pues reúne noticias, entrevistas y en general a todos los géneros periodísticos.

(31) Guajardo, OP. CIT., p. 36

(32) Cebrián, OP. CIT., p. 30

## LOS CONVENIOS UNICOS DE DESARROLLO

Los directores generales de Documentación y Evaluación de la Secretaría de Programación y Presupuesto, determinaron iniciar un ciclo de reuniones con diversos servidores públicos de la misma secretaría para establecer las directrices de sus funciones en el marco del Plan Nacional de Desarrollo.

El problema se plantea como la delimitación de los planes que lo integran dentro de sistemas claros de asignación de recursos, y es por esto que el PND constituye un plan y a la vez un proyecto concreto con programas a mediano plazo y anuales.

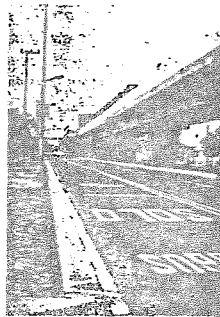
Dicho proceso es fundamental, ya que a nivel de la Administración Pública Federal esto se traduce en un sólo documento denominado Plan, a través del cual se ejerce la planeación de los estados en coordinación con el gobierno federal mediante los Convenios Unicos de Desarrollo (CUD), mismos que permiten la instrumentación del PND a nivel nacional.

El doctor Pascual García de Alva, representante de la Dirección General de Política Económica y Social, indicó que la estrategia del Plan Nacional de Desarrollo se divide en dos líneas fundamentales; la primera establece mecanismos de reordenación económica, mientras que la segunda persigue cambios estructurales en el país, "esto es —dijo— lo que permite una distinción con la planeación de otros países y constituye una estrategia realista del propio PND".

Dentro del mismo cauce, el Diario Oficial de la Federación ha publicado la ratificación del Convenio Unico de Desarrollo entre los Ejecutivos Federal y de los Estados de Veracruz y Zacatecas en sus respectivos fueros, mediante el cual se comprometen ambas partes a promover y adoptar las medidas jurídico-administrativas tendientes

a instrumentar una política de descentralización de acciones y programas al gobierno del estado.

En el documento se señala la obligación de ambas instancias de gobierno de ejecutar las acciones y programas que de él se deriven, celebrar los Acuerdos de Coordinación que se juzguen convenientes y, en su caso, promover las iniciativas de ley o decreto, expedir las disposiciones jurídicas reglamentarias conducentes, y adoptar las resoluciones administrativas que se requieren para que las diversas dependencias y enti-



dades de los ámbitos federal y estatal ajusten su actuación a los términos convenidos en el CUD.

Por su parte el Ejecutivo Federal dispondrá, de común acuerdo con el Ejecutivo Estatal respectivo y conforme a las disposiciones legales vigentes, que las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal descentralicen al gobierno estatal las acciones y programas responsabilidad del gobierno federal.

Para lograr esto, el Ejecutivo Federal, por conducto de sus dependencias y entidades, prestará la asesoría técnica y el apoyo material al gobierno estatal y con la intervención de éste, a los municipios.

En el Convenio se señala también que con objeto de contribuir al fortalecimiento de la capacidad estatal para la

realización de obras y la prestación de servicios públicos, el Ejecutivo Federal, a propuesta del Ejecutivo Estatal, dispondrá la elaboración de un programa de incorporación al régimen estatal de recursos materiales de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, susceptibles de aprovechamiento por parte del estado.

El CUD dispone asimismo que la Secretaría de Programación y Presupuesto, pondrá a disposición del Ejecutivo Estatal los estudios de descentralización y de modernización de la administración pública con que cuenta el Gobierno Federal, y prestará la asesoría que solicite el Estado y con la intervención de éste, a los municipios.

Este convenio Unico de Desarrollo fue firmado por el presidente Miguel de la Madrid; los gobernadores de los estados, Agustín Acosta Lagunes; y José Guadalupe Cervantes Corona, respectivamente el secretario de Gobernación, Manuel Bartlett Díaz; el secretario general de Gobierno, Ignacio Morales Lechuga; el secretario de Programación y Presupuesto, Carlos Salinas de Gortari, así como los demás miembros del gabinete.

EJEMPLO DE

NOTICIA



# Nacionalismo en la Educación y la Cultura Mexicana

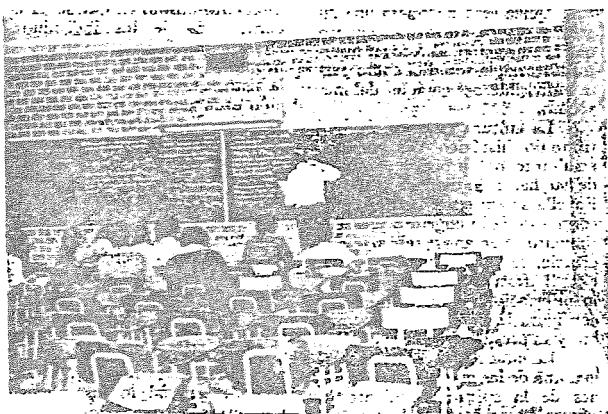
Por Eliseo MENDOZA BERRUETO

**M**e corresponde hablar de un tema tan polémico y discutido, del que tanto se ha dicho, que pareciera ser que nada queda ya por decir. Sin embargo, el acelerado proceso del cambio social hace aparecer, en cada etapa de la dinámica colectiva, nuevas fases o nuevos enfoques que dan lugar a problemas cualitativa y cuantitativamente diferentes, los que en cada momento histórico van conformando retos a los que cada generación, apoyada en la experiencia del pasado y con la perspectiva original que le otorga la búsqueda de su propio destino, ha de hacer frente.

Si bien es cierto que los términos *educación* y *cultura* han mantenido a través del tiempo su concepto fundamental, también lo es el hecho de que el *mexicano*, a partir de la Revolución, se ha convertido en un *activista del cambio*, y esto les ha dado a esos términos una acepción definida de compromiso social.

En México la educación no es un recurso al alcance de unos

Día con día, más próxima la renovación de las políticas nacionales, ahora bajo el Gobierno del Licenciado Miguel De La Madrid Hurtado, adquieren vital importancia para el conocimiento público las bases proyectivas sobre las cuales eventualmente se conformará el nuevo Programa de Gobierno 1982 - 1988. En tal sentido es que ECONOMÍA NACIONAL sigue recogiendo las más destacadas aportaciones sobre el particular, una de las cuales a continuación se transcribe para nuestros lectores.



cuantos ni su propósito es consolidar hegemonías o acentuar las desigualdades sociales. En México, *la Revolución le da a la educación un sentido social, igualitario, popular y emancipador*. En esencia, auspicia la *integración nacional*, la *identidad de nuestra*

*Patria*; define y fortalece el carácter del mexicano y, recogiendo los rasgos sustanciales de nuestra historia, nos identifica como una *comunidad de propósitos compartidos*, de anhelos afines, en busca de un destino superior.

Nuestra nacionalidad no es

ticos. El propósito de un reportaje es comunicar hechos, datos e ideas interesantes.

La entrevista es "una de las formas del reportaje. Comu-- mente se trata de un diálogo entre el periodista y el protago-- nista de una noticia" (33).

En las entrevistas es preciso enmarcar con precisión el ca-- racter y personalidad del interrogado: edad, circunstancias fa-- miliares y personales, modo de vida, etc., dependiendo del va-- lor de la entrevista, es decir puede ser de personalidad, que - sirve para conocer y entrevistar a alguien; puede ser noticiosa, cuando surge de un acontecimiento; de semblanza, para interpre-- tar al entrevistado; de opinión, cuando el énfasis se encuen-- tra en las respuestas y preguntas.

Para llevar a cabo cualquier entrevista es necesario prep-- ararla de antemano, se debe tener un material previo y sobre to-- do, conocer el tema que se va a tratar.

La entrevista se convierte en género periodístico cuando - se presente como tal en un artículo entero o en parte de alguno.

La crónica es el reportaje escrito por un corresponsal o - enviado especial. En el primer caso su característica primordial es la frecuencia, ya que un corresponsal escribe con una perio-- dicidad normalmente fija. El ritmo de su relato viene marcado- por esta periodicidad.

El término crónica sirve para definir la narración sobre -

(33) IDEM.

## Entrevista

# Al Sr. Ministro de Alemania Federal Broudre-Groeger



El Señor Ministro Broudre-Groeger, Consejero Económico y Comercial de la Embajada de Alemania en México.

Por: Rodríguez Coronel

**E. N.** - Señor Ministro Broudre-Groeger, ¿sería usted tan amable en hacernos una breve descripción de su trayectoria en el desempeño de funciones del servicio diplomático de su país?

**Sr. Ministro Broudre-Groeger.** - Nosotros tenemos una escuela de diplomáticos que pertenece al Ministerio de Asuntos Exteriores, y antes de ingresar en esta escuela, estuve en el Instituto de las Políticas al Desarrollo en Berlín; soy economista, con una carrera muy integral, y mi primer

puesto fué en Hong Kong, como Vice-Cónsul, el año de 1970 a 1973, cuando me llamaron para trabajar en la oficina de nuestro Jefe del Gobierno, Willy Brandt, como consultor y además uno de sus secretarios particulares hasta 1974; después trabajé como Jefe de la Oficina del Ministro de Compras Económicas, y estuve hasta 1976. Después como Jefe de la Oficina del Secretario General del Partido Social Demócrata, hasta el año pasado, cuando me llamaron para trabajar en México

con el cargo de Consejero Económico y Comercial; eso es el núcleo de mi carrera.

**E. N.** - ¿En qué nivel situaría usted, Señor Ministro, las relaciones entre nuestros dos países?

**Sr. Ministro Broudre-Groeger.** - Creo que nuestras relaciones tienen una historia muy larga, ya que en los primeros años de este siglo hemos tenido relaciones económicas muy fuertes; tenemos muchas empresas que ya llevan décadas aquí en México y, además, para nosotros siempre han sido muy buenas, sin problemas y no está de menos mencionar la balanza comercial que tenemos actualmente, que para nosotros es muy positiva, para México tiene un déficit considerable. Nosotros siempre hemos tenido relaciones sobre la base de una cooperación; como se sabe, Alemania no tiene muchos recursos naturales, nuestra economía depende totalmente del trabajo, de las ecologías y de las exportaciones, y por eso durante los últimos años hemos logrado algunas relaciones con México que para mí son muy buenas. Tenemos más de 200 empresas alemanas trabajando, tenemos el 2o. lugar en las inversiones extranjeras aquí en México, naturalmente con una distancia muy amplia en lo que se refiere a Estados Unidos, tenemos un 8.1 % sobre todo en los sectores del desarrollo de México, porque las empresas alemanas no vienen aquí para lograr unas ganancias en poco tiempo, sino que, según la tradición de las empresas alemanas, lo hacen pensando no solo en el mercado de México, sino de la región, y aquí cuentan no sólo con otras empre-

## Puebla: De Frente hacia el Desarrollo

Por Julio César P. MIRANDA  
(CANACINTRA)

Enclavado en la gran altiplanicie mexicana, entre grandes cortaduras y profundas barrancas, valles, planicies, llanos a distintos niveles y tierras bajas tropicales; con un contorno que semeja un león, similar a los plasmados en los antiguos escudos de armas; lleno de monumentos históricos, innumerables joyas de arquitectura colonial, zonas arqueológicas y otras riquezas de entre las que destaca el factor humano, surge el Estado de Puebla, listo a enfrentar y salir adelante en cualquier reto.

Puebla destaca como una entidad en la que, el proceso de industrialización, se fortalece día con día debido, entre otras cosas, a la diversificación del aparato industrial en el que sobresalen industrias como la textil, la metalúrgica, la automotriz, la química y la de alimentos y bebidas que, en términos generales, cuentan con la infraestructura necesaria para el desenvolvimiento eficaz de la economía poblana.

El Estado tiene actualmente

una red de carreteras de 6,989 Kms. que constantemente se amplía, tratando de satisfacer las exigencias del dinámico crecimiento de las actividades económicas; este sistema vial enlaza a todas las regiones del Estado de Puebla y a las ciudades de México, Oaxaca, Hidalgo y Tlaxcala.

La más importante de las carreteras es la autopista México-Puebla, vía de alta velocidad sobre la cual se encuentran ubicadas importantes empresas que en mucho han contribuido al actual desarrollo del Estado. Este cuenta además con vías de comunicación ferroviaria, aérea, comunicación telefónica y telegráfica, sistema de telex, radiodifusoras y canales de televisión.

Analizado desde el punto de vista global, el marco institucional de Puebla está totalmente a favor del desenvolvimiento de las actividades económicas, y en particular de la industria de transformación, ya que tanto las autoridades estatales, como la *delegación Canacintra Puebla*, presidida por el Sr. Othon Necoechea Agüero, se han venido preocu-

pando por que se establezcan mecanismos encaminados a fomentar el desarrollo de la planta industrial.

Las oficinas de la Delegación CANACINTRA - PUEBLA fueron instaladas el 15 de diciembre de 1943, por lo que en breve cumplirán 39 años de función ininterrumpida al servicio de sus asociados.

Las actuales oficinas de la Delegación, se encuentran ubicadas en un modernísimo inmueble denominado "Edificio Empresarial", situado en la Av. Reforma y Diagonal Defensores de la República, en donde se comparten amplios y cómodos despachos con el *Banco Rural, el Consejo Coordinador Empresarial, y la Cámara de Comercio y Turismo de Puebla*.

La Delegación cuenta con 5 áreas de servicio: la *Gerencia General*, a cargo del C. P. Sr. Ricardo Cubas; *Registro y Promoción*, atendida por el Lic. Miguel A. Martínez Munguía, quien a su vez se responsabiliza de los asuntos contables; *Comercio Exterior* bajo la acertada dirección del Ing

\* Cortesía de "Transformación".

los sucesos de un tiempo determinado. Se presta más que ningún otro género informativo a la introducción de comentarios o juicios personales del periodista.

El Artículo es un comentario firmado. Su objetivo fundamental es exponer las ideas personales del autor sobre los hechos.

La columna es algo breve, rápido y ágil. La mayoría de las veces va firmado.

La crítica analiza y comenta hechos.

La caricatura está referida a descripciones con dibujos o palabras en tono de broma sátira o ironía.

El ensayo "es un estudio publicado especialmente en la prensa escrita" (34).

En las páginas 48, 49, 51 y 52 se encuentran ejemplos de los géneros periodísticos que se utilizan en la revista "Economía Nacional".

(34) Guajardo, OP. CIT., P. 36

e) Secciones de la revista "Economía Nacional".-

Clasificar las páginas y secciones de la revista es una de terminación de gusto y estilo, tomándose en cuenta una elemental jerarquía informativa.

"Economía Nacional" cuenta con las siguientes secciones:

1) Editorial: es un artículo sin firma que expresa la opi  
nión del director sobre diversos temas ya sean políticos o eco  
nómicos de actualidad. Su extensión en la revista es de una pá  
gina.

2) Noticias Económicas: aquí se publican pequeñas notas de  
interés político y económico que no exceden de dos columnas de-  
las cuatro que forman la página. Se publican además las "Defini-  
ciones Económicas" donde se analizan palabras o conceptos eco-  
nómicos de interés para los lectores. La extensión de las defi-  
niciones es de una a dos columnas. Y toda la sección de noti-  
cias económicas son dos o tres páginas.

3) Información Nacional: esta es una de las secciones más  
importantes de la revista, por lo general se publican temas re-  
lacionados con actividades económicas y políticas de interés, -  
de índole presidencial o gubernamental, como por ejemplo los in-  
formes de gobierno. Se publican además las visitas que hacen o-  
tros presidentes a nuestro país. Se realizan entrevistas a fun-  
cionarios tanto de la iniciativa pública como de la privada pa-  
ra mostrar la realidad de la situación de nuestro país. Esta --

# Editorial

**S**e considera como uno de los elementos de mayor poder dentro de la comunicación en las relaciones humanas el lenguaje hablado. Jugando un papel primordial el énfasis que se le da a las principales premisas, como por el contenido de estas, de lo cual depende el grado de penetración en el público receptor. Otro factor importante es el estado de ánimo y la situación por la que se está atravesando, por ello notamos que un mismo discurso no tiene igual penetración en un mismo lugar en épocas diferentes, y podemos sacar por conclusión que no fue ejecutado en su tiempo exacto y ante la concurrencia adecuada.

*La historia nos ha demostrado que las frases celebres que se han hecho famosas están relacionadas con el tiempo y el lugar.*

*¿Qué es lo que se necesita para lograrlo?*

*Se debe poseer una agilidad mental, la cual alcanzan solo un reducido número de personas, puesto que para tener esta destreza es de vital importancia que el individuo cuente con un vasto conocimiento de hechos y situaciones ocurridas para desarrollar los pensamientos que se convierten en ideas, las cuales trabajan en nuestro cerebro a una velocidad ininteligible, transformándose en pensamientos que al expresarlos en forma adecuada obtienen un poder de convicción en los oyentes. Pero el poder de la palabra está estrechamente relacionada con la personalidad del exponente, porque la mayoría de la gente escucha con una mayor atención cuando significa algo en ellos la figura del exponente. También otro factor importante es el expresar con claridad nuestros conceptos, pues si la mayoría de las personas a los que se está dirigiendo no los entienden pasan desapercibidos y es importante además recalcar los puntos básicos de nuestra exposición puesto que hay que recordar que la mayoría de las personas oyen, pero no escuchan y son pocas las que analizan los pensamientos.*

*Pero eso sí, cuando se logra penetrar en el espíritu de la multitud, se llega a ejercer un gran poder que las arrastra a lo más profundo de nuestras convicciones, logrando grandes cambios dentro de esas multitudes, lo podemos observar en su atención y en sus miradas; ocurre una transformación que nos indica que estamos penetrando en su personalidad, estamos influyendo en ellos y cuando esto se logra se percibe una gran satisfacción y seguridad en nosotros mismos, por el hecho que nos hemos podido comunicar.*

*Lo esencial del poder de la palabra consiste en el hecho fundamental de clasificar nuestros pensamientos, expresarlos con gran fuerza, convencidos de lo que estamos queriendo transmitir y eliminando toda la paja o relleno, es preferible ejemplificar de forma sencilla nuestros pensamientos. La atracción que ejerce el exponente en los receptores es la conjugación de la personalidad y la comunicación clara y concisa.*

*Podemos concluir que la fuerza de la palabra se basa en la armonía de nuestra personalidad, es decir la conjugación armónica del expositor, el receptor, el lugar y el tiempo.*



**MAQUINA  
TRANSPORTABLE PARA  
CORTAR BLOQUES**  
Para tareas de precisión a pie  
de obra

Una sencilla máquina transportable de uso manual permite al operario cortar con precisión toda una variedad de losas y bloques de construcción con el tamaño y forma requeridos. Para practicar los cortes el operario tira hacia abajo de una palanca, partiendo así la pieza de forma rápida y sin desperdicio de material. Cabe utilizarla con ladrillos, bloques de piedra y de hormigón, baldosas, bloques de cal y de piedra arenisca, losas de mármol y bloques de aislamiento.

Esta máquina, comercializada bajo la marca *Blockbuster*, ha sido concebida para ser utilizada a pie de obra por personal sin especialización ninguna. Gracias a su construcción totalmente de acero es capaz de resistir condiciones arduas de trabajo sin requerir apenas mantenimiento, aparte de la sustitución eventual de una o de las dos cuchillas por razones de desgaste. Funciona mediante un sencillo principio de leva y palanca y constituye una alternativa económica a las frezadoras hidráulicas y a las sierras circulares accionadas con motores eléctricos, diesel o de gasolina. El fabricante británico ha indicado que las herramientas de corte motorizadas presentan el inconveniente de que son de por sí peligrosas y además producen polvo, por lo que siempre resulta necesario recurrir a máscaras de respiración, anteojos y ropas de protección y contar con un suministro de agua para evitar

el esparcimiento del polvo y refrigerar la cuchilla.

El principio de accionamiento por palanca y leva permite al operador utilizar la máquina durante toda la jornada sin mayor esfuerzo. Cada vez que se tira de la palanca se produce una fuerza promedio perfectamente distribuida de un máximo de 50 kn (cinco toneladas) en el borde cortante, suficiente para partir nítidamente una losa de piedra o de hormigón de hasta 22,5 cm de espesor. El mango de la palanca es replegable y se extiende desde 60 hasta 90 cm, facilitando así la tarea del operador puesto que le presta mayor longitud de brazo cuando debe cortar materiales duros o gruesos.

Se fabrican tres modelos: el GP 335, el más pequeño, solo pesa 41 kg y mide 81 cm de largo, 33 cm de ancho y 63,5 cm de alto, lo suficientemente pequeño y liviano para transportarlo en el maletero de un automóvil y utilizarlo en espacios reducidos y elevados, como por ejemplo en andamios. Esta versión tiene capacidad para piezas de hasta 33,5 cm de ancho y de un espesor máximo de 10 cm. La longitud de la pieza no tiene importancia, ya que tanto con este modelo como con los otros el único factor restrictivo es la incomodidad de manejo que pueda presentar la pieza a la hora de cortarla. La versión GP 490 es idónea para cortar objetos de un máximo de 49 cm de ancho y 22,5 cm de espesor. Si bien posee las mismas dimensiones generales que el modelo GP 335, mide 79 cm de alto y pesa 64 kg. El SC 890 ha sido proyectado para piezas de hasta 89 cm de ancho y 10

cm de espesor, por lo cual resulta sumamente indicado para grandes baldosas de piedra y hormigón. Mide 1,20 m de largo, 0,51 m de ancho y 0,76 m de alto y pesa 105 kg.

**CREDITO AL CAMPO**

Fuente: Banco Nacional de Crédito Rural

El programa crediticio que el Sistema Banrural está desarrollando este año, se inscribe adecuadamente en el contexto del Programa Nacional Agropecuario y Forestal, por lo que se está aplicando un plan de operaciones de 172 mil millones de pesos, que benefician directamente a cerca de 2 millones de productores, 93 por ciento de los cuales son ejidatarios productores de alimentos básicos, agrupados en alrededor de 15 mil ejidos.

El campo de acción de Banrural está constituido primordialmente por áreas de temporal dedicadas a la producción de granos básicos, de los cuales para este ciclo, se tienen programadas 2 millones 702 mil hectáreas de maíz 712 mil hectáreas de frijol y sorgo con 583 mil.

Las tasas de interés vigentes en los créditos de la Institución, continúan al 27 por ciento anual, aunque en realidad se aplica el 13,5 por ciento o menos, ya que ningún ciclo vegetativo, de la siembra a la cosecha, de los cultivos básicos se extiende por más de 180 días.

Como medidas de aliento a las actividades agropecuarias fundamentales para el país, el Sistema Banrural crea infraestructura sin cargo para el productor carente de recursos; participa en los programas de riego compartido que favorece a los campesinos de zonas de alta siniestralidad; proporciona en coordinación con la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, asistencia técnica granular, y los orienta en la comercialización que no canaliza la Compañía Nacional de Subsistencia Popular.

Complementariamente a los programas de crédito, el Sistema Banrural a través de los fideicomisos que administra, canaliza más de 48 mil millones de pesos, para productores que se desenvuelven en condiciones sumamente precarias impuestas por el medio físico.

El Lic. Eduardo Pesqueira, Director General del Banco, manifestó recientemente, que se está desarrollando un programa de 1,203 millones de pesos para la atención de 140 mil hectáreas en apoyo a las zonas de alta siniestralidad, con lo que se sientan las bases para que los productores de esas regiones acostumbrados a utilizar el crédito como un medio de subsistencia, logren superarse mediante el desempeño de actividades productivas.

El Sistema Banrural consciente de que uno de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo, es mejorar las condiciones de vida de la población rural, delinea estrategias orientadas a mantener la planta productiva del sector agropecuario, que aseguren la oferta de alimentos básicos.

“En este contexto, manifestó el Director de la Institución, los programas de Banrural adquieren especial significación al incidir plenamente en las fases que conforman la estructura del desarrollo rural integral, puesto que el crédito agropecuario que se otorga a los productores del campo, constituye un elemento fundamental para el proceso de consolidación de la economía campesina y la modernización del sector.

**“RUMAITH” PUEDE  
EVITAR LA PESTE DEL  
PETROLEO**

—Una instalación de  
desalinización de agua del  
mar flotante—

De gran movilidad y con cello no afectado por grandes alforbras de petróleo como la que en la actualidad existe en el Golfo Pérsico es un sistema de transformación de agua de mar en agua potable desarrollando por la empresa alemana Krupp. La motonave “Rumaith” es la primera instalación de desalinización de agua de mar flotante creada con fines comerciales.

La instalación flotante ha sido planeada y construida por la Krupp Industrie-technik GmbH para Abu Dhabi. El barco de 60,35 metros de eslora y 18,5 metros de manga tiene a bordo dos instalaciones de desalinización Buckau-Walther, que producen diariamente hasta 2.500 metros cúbicos de agua potable. De esta forma pueden abastecerse —según las necesidades— islas,



# Primer Informe de gobierno del Presidente Miguel de la Madrid

## Primera Parte



El C. Lic. Miguel de la Madrid Hurtado, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, rindió su Primer Informe de Gobierno ante el Honorable Congreso de la Unión.

### HONORABLE CONGRESO DE LA UNIÓN:

En cumplimiento del Artículo 69 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, asisto a la apertura de sesiones ordinarias de esta Representación Popular, con objeto de presentar el Informe acerca del estado que guarda la administración pública del país. En este momento entrego el

documento por escrito, el cual consta de un texto principal en 275 páginas y 13 anexos, que detallan las acciones realizadas.

Inicié mi gobierno con dos marcos de referencia fundamentales: los compromisos políticos derivados del mandato electoral del 4 de julio de 1982 y la exigencia nacional de enfrentar, con decisión y firmeza, una situación económica crítica que, de no ser controlada, significaba una amenaza

para la estabilidad política y social del país.

Siete postulados fundamentales sintetizan la plataforma electoral por la que el pueblo mexicano votó.

El nacionalismo revolucionario es el valor primordial de nuestra ideología política. Nacionalismo y Revolución son conceptos inseparables. La historia nos ha hecho nacionalistas por necesidad vital de subsistencia ante las agresiones y ambiciones externas, así como ante las fuerzas de disgregación que nos afectaron en otros tiempos. Somos revolucionarios por la voluntad permanente de construir la sociedad libre, justa y próspera que ambicionamos los mexicanos. Regido por la libertad, la justicia, y la democracia, el nacionalismo revolucionario está enraizado en nuestra cultura nacional y en nuestro proceso histórico. Es el resultado de la secuencia ideológica de nuestras luchas populares de Independencia, Reforma y Revolución. Es la filosofía política que arranca con Hidalgo y Morelos; se reafirma con Juárez y los liberales, se plasma con Madero y con Carranza en la Constitución de 1917, y se continúa en los regímenes posrevolucionarios. Es la gran fuerza que, con base en la conciencia de un pasado común, nos da la solidaridad en el presente y la inquebrantable voluntad por mantenernos en el futuro como una nación viable y soberana.

La democratización integral surge también de nuestro proceso histórico. El Constituyente de 1917 concibió a la democracia como una estructura política, un régimen jurídico y un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo.

La democratización integral exi-

sección cubre alrededor de 25 a 30 páginas.

4) Información Internacional: "Economía Nacional" recibe información de embajadas del extranjero en México y es en esta sección donde se publican dichas notas. Su extensión es de diez páginas más o menos.

5) Caricatura: el tema de la caricatura está relacionado con el artículo de mayor interés del número publicado.

6) Tips Económicos: la embajada francesa envía el material para esta sección. Se trata de pequeños artículos de temas de interés para la industria principalmente, como son novedades e innovaciones en la maquinaria, con el fin de mejorar el funcionamiento de la misma. Abarca de tres a cuatro páginas.

7) Cultural: los colaboradores de la revista escriben algunas veces sus notas sobre temas culturales o de entretenimiento.

8) Ponencia: esta es una sección donde se exponen una serie de conferencias que se han llevado a cabo en reuniones y congresos realizados por el Colegio de Economistas. Esta sección se distingue de las demás por llevar un recuadro en cada página y solo se publica en dos columnas. Siempre se ubica en la última parte de la revista abarcando de ocho a quince páginas.

9) Prosa y Poesía: la última página de la revista ocupa un poema o pensamiento que abarca diversos temas, como es la soledad, la juventud, la edad, etc.

# Perspectivas de la Agricultura Norteamericana y Mundial

Por William LESHER\*

**E**l Sr. Lesher es Secretario Adjunto de Agricultura de los EE. UU. A. Sus comentarios son tomados de un discurso que pronunció durante la Conferencia de las Perspectivas Nacionales de la Agricultura Australiana.

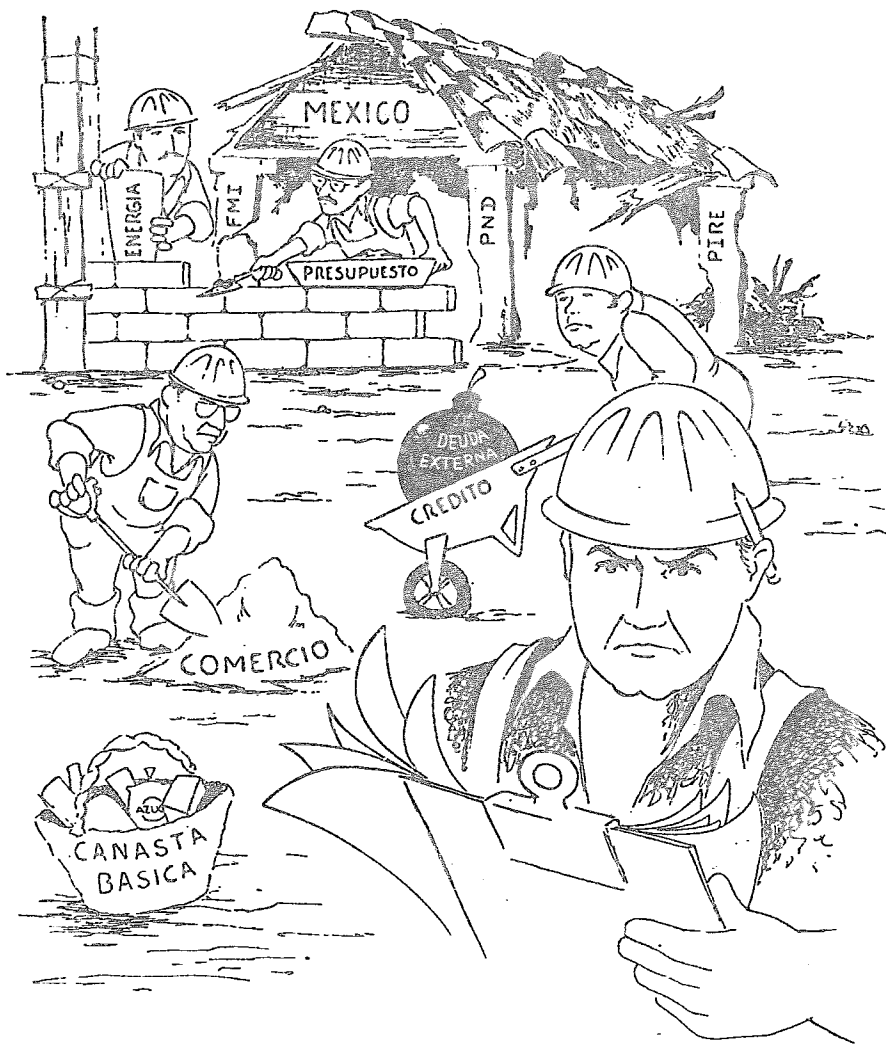
Es probable que los ajustes agrícolas y económicos de 1982 sean extraordinarios y, por ello el presente año fácilmente podría ser de marcados contrastes. Asimismo se previó que los mercados, durante el primer semestre continuarían siendo objeto de presión del gran suministro de productos, y también de la lenta actividad económica observable en el mundo. No obstante, a la vista de la mayoría de los agro-productos mundiales los abastos disponibles no son excesivos, según indican las pautas históricas y muy bien podrían ser reducidos, incluso drásticamente, a causa de posibles condiciones meteorológicas adversas o de la rápida mejoría en las condiciones económicas. Hay buenas perspectivas para la segunda mitad de 1982, y soy optimista en cuanto a que muchas de las nuevas medidas de política económica de los Estados Unidos, y de otras naciones, proporcionarán el estímulo a la demanda de productos agrícolas.

La Secretaría de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) vaticinó que la producción mundial total de cereales, durante la cosecha de 1981-82, incluidos trigo, arroz, y granos gruesos, aumentaría en más de un cuatro por ciento, o sea cerca del dos por ciento arriba de la cifra -su precedente- fijada en 1978/79

**PREPARANDO EL TERRENO.** Un agricultor de Montana prepara el suelo en campos que habrían producido escaseamente el sustento para una parvada de gaviotas, y que han sido salvados para la irrigación proveeniente de una presa oficialmente patrocinada. (Foto de IPS).

\* Secretario Adjunto de Agricultura de E. U. A.

Septiembre 1982 / 43



## "Total" Se Prepara a Extraer los Asfaltos Pesados del Subsuelo

por Jean-Claude Streicher

PARIS (SIF).— Exclusivo para ECONOMIA NACIONAL.

En Alsacia, la Compagnie Française des Pétales, más conocida bajo el nombre de "Total", se prepara a obtener las nuevas concesiones petroleras en Venezuela, México, Canadá, Malasia y Alaska. Se trata, esencialmente, de concesiones para la extracción de asfaltos pesados, contenidos en el subsuelo en estado más o menos sólido.

No hay en ello ningún motivo de asombro. Hasta ahora, sólo se han explotado los yacimientos petrolíferos más "fáciles": los recuperados por surgimiento natural (que sólo representan 15 por ciento de las reservas totales) y los que son accesibles por bombeo (cuyo volumen se estima en 40 por ciento del total). De ahora en adelante, los esfuerzos deben concentrarse en el 45 por ciento restante, constituido por asfaltos pesados. Para recuperarlos, se utiliza una técnica cuyo principio es muy simple. Basta con inyectar, en las capas que los contienen, vapor de agua, para volverlos líquidos y poder así extraerlos por bombeo, como el petróleo "tradicional". Los grandes grupos petroleros internacionales conocen esta táctica y la practican desde hace tiempo.

"Total" no podía quedarse al margen de este filón. Para llegar a dominar este procedimiento que todavía es nuevo para él, ha elegido el yacimiento de Marienbronn, en Baja Alsacia, una reliquia geológica única en su tipo

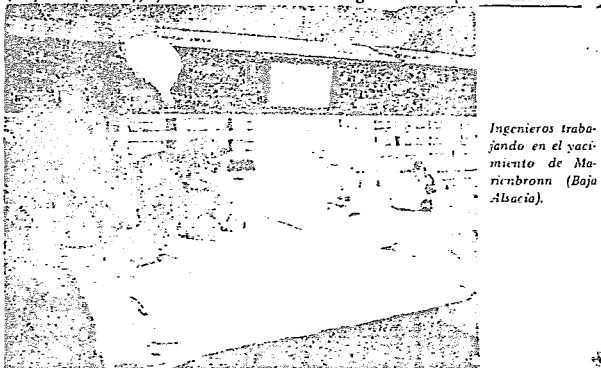
en el subsuelo francés. En efecto, este yacimiento, cuya capacidad se estima en 400.000 toneladas, se ha mantenido intacto en medio de una cuenca petrolera cuya explotación es una de las más antiguas del mundo (la cuenca de Pechelbronn). Y esto por tratarse precisamente, de un yacimiento de asfaltos particularmente sólidos, inaccesibles con las técnicas tradicionales.

En un tiempo brevísimo, "Total" instaló allí todo un complejo, que empezó a operar a comienzos de la primavera. Una potente caldera produce 25 toneladas de vapor por hora, que se inyectan por cinco pozos simultáneamente a 300 metros de profundidad y a una presión de 70 bares. Al cabo de un mes de este tratamiento, el asfalto, llevado así a la temperatura de 150° C, es extraído por bombeo. Luego, la operación se renueva por rotación en los cinco pozos siguientes (hay 19 pozos), y así sucesiva-

mente durante los dos primeros años de la explotación. Al tercer año, los 19 pozos serán "barrios" al mismo tiempo para extraer las últimas reservas.

La instalación, que sólo pretende tener valor demostrativo y experimental, no aspira a ser rentable: las 75.000 toneladas de asfalto que se espera extraer en 3 años no amortizarán, ni mucho menos, los 85 millones de francos invertidos en la operación. Sin embargo, 30.000 toneladas de las extraídas servirán, después de ser refinadas, para accionar el generador de vapor: en cierto modo, una instalación "en circuito cerrado"...

Cabe señalar que en Marienbronn "Total" ensaya también sus procedimientos anti-contaminación: las aguas servidas son reinyectadas a 800 metros bajo tierra, y las 10 hectáreas de bosques que hubo que talar serán íntegramente repobladas.



Ingenieros trabajando en el yacimiento de Marienbronn (Baja Alsacia).

# Síntesis Histórica de la Moneda en México

Recopilación por: Ma. Eugenia Ibarquengoitía O. \*

## DIFERENTES ETAPAS

### I.- PREHISPANICA.

Aunque no se ha investigado en su totalidad el asunto, se pueden dar por ciertas estas noticias: La base del comercio fue el trueque, aún en tiempos cercanos a la conquista española. Hay también principios de un sistema de representación de valores económicos, a base del símbolo y no del valor de la materia. Esta es la esencia de la moneda. Se usaron unas hachitas de cobre, en forma de T, con las puntas curvadas hacia abajo. Pero, al parecer de algunos arqueólogos, esas hachuelas tuvieron otra significación y no la monetaria. También se habla de cañutos de pluma llenos de polvo de oro. No hay una comprobación precisa.

Con absoluta certeza podemos hablar de los pañetes o mantas, conocidas con el nombre de *cuachtli* o *cuechthli*. En tiempos del Rey Ahuizotl (1486 - 1502), puede señalarse estas cla-

ses: Eran mantas de 1.67 por 0.41 m. Estas eran llamadas *patolchuachtli*. Sirvieron como medio de tributación hasta el año 1531, en la región que hoy día es del Edo. de Puebla. Otras eran llamadas *tecuachtli*. Eran el precio que se pagaba por una canoa de agua potable. El nombre nos

indica que era una manta como pañuelo, para limpiar los labios: *tencuachtli*: manta de labios. Cada *tencuachtli* tenía el valor de cien granos de cacao. Pero había unos de especial labor y figura, que valían ochenta cacaos, y otros más sesenta y cinco. El grano de cacao tuvo, aún en plena



Gran Mercado de Tlatelolco.

\* Diccionario Porrúa. Historia, Biografía y Geografía.

# Análisis y Perspectivas de la Intervención del Estado en la Economía V Congreso Nacional de Economistas

PRESENTADA POR: Asociación de Economistas  
Al Servicio del Estado, A. C.

## INTRODUCCION

Una definición del actual panorama internacional, puede ser la crisis aguda y la inestabilidad estructural en el orden Económico y en Político. En este contexto, México no es la excepción que confirma la regla, por lo que se ha visto afectado por este mismo fenómeno, en donde se ha puesto de manifiesto la vulnerabilidad de nuestro sistema económico.

Es innegable que el país se ha desarrollado durante más de 60 años en un clima de estabilidad social, y ha sufrido transformaciones cualitativas y cuantitativas importantes, dentro del marco, que la Constitución de la República establece. Con la participación de los diferentes sectores de la población.

Hasta ahora, este proceso de desarrollo ha desembocado en desigualdades de distribución, en una concentración de determinados poderes producti-

vos y financieros, en una falta de integración de los procesos productivos y en graves desequilibrios económicos. Es por ello que en este trabajo, queremos analizar, cual es el papel del Sector Privado y del Sector Público, en la evolución del país, y en que sustento doctrinario económico se podría enmarcar sus actividades por lo que se hace referencia a las teorías económicas más importantes en los últimos años, analizando la evolución de la economía mixta y los instrumentos y mecanismos utilizados, estableciendo de que manera debe intervenir el estado en la economía.

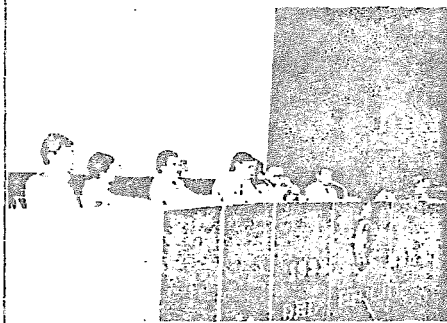
## II ANTECEDENTES

El modelo de desarrollo adoptado por nuestro país en las últimas décadas, se basó en un dinámico proceso de industrialización, que tuvo como resultado, la concentración del ingreso y de la riqueza, en grupos reducidos de la población, afectando sensiblemente la estructura social del país, denotándose amplios contrastes económicos y sociales con altos niveles de consumo y grandes estratos de población marginada.

Por otro lado, se ha modificado el perfil del México actual, existe una composición y localización del desarrollo diferente entre las regiones; la estructura productiva ha crecido en tamaño y complejidad, la infraestructura de comunicaciones, transportes, viviendas, etc., se ha mejorado notablemente, los recursos naturales, humanos y tecnológicos se han incrementado identificándose las relaciones económicas con las de una sociedad con desarrollo industrial intermedio, en donde la interdependencia de los procesos entre sectores y regiones es muy amplia.

La guía normativa entre este amplio mosaico de contrastes, parte fundamentalmente del establecimiento jurídico constitucional de nuestra carta magna, dando cabida a los tres sectores fundamentales, el público, el privado y el social.

## 1.- LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN LA



El Lic. Rodolfo Higuera L., Presidente de la Asociación de Economistas al Servicio del Estado, dió lectura a la ponencia central de la agrupación.

# Prosa y Poesía

*Sólo un capricho entorpece las raíces de los símbolos*  
*Símbolos que representan los cimientos del pensamiento social*  
*Social querrela que ufana clama la igualdad de la nación*  
*Nación que absorbes la desigualdad del pueblo en filosofía*  
*Filosofía que entrafñas los diversos deberes estáticos del equilibrio*  
*Equilibrio que formas luchas de poderes para lograr armonía*  
*Armonía de distintos niveles forjados dentro de la política*  
*Política universal de sanos ideales rompen la monotonía*  
*Monotonía de títeres combinan sus movimientos en vedettes*  
*Vedettes de almacén de incoherencias afloran en su desconocimiento*  
*Desconocimiento de leyes se intercalan en unísona perplejidad*  
*Perplejidad de sabios placeres perturban el ciclo de herencia*  
*Herencia de hechos consumados consagran los estériles héroes*  
*Héroes en anécdotas de testigos compenetrados en la falsedad*  
*Falsedad de íntima pureza arroja caudales de sus escrúpulos*  
*Escrúpulos desviados por la vanidad integran los celos*  
*Celos de conspiraciones cruzan horizontes rompiendo barreras*  
*Barreras de escollos albergan las inmundicias malignas*  
*Malignas enfermedades corroen a su paso el estéril cerebro*  
*Cerebro de entes pensantes distribuyen sin medir la justicia*  
*Justicia de monumentos erguidos al membrete del placer*  
*Placer de vergüenzas planeadas entre intrigas candentes*  
*Candentes sucesos que resquebrajan la humilde personalidad*  
*Personalidad ficticia de encubrimientos no valederos*  
*Valederos programas de realidades no consumadas afectan*  
*Afectan los principios del desenvolvimiento de la revolución*

Lic. Enrique Dabdou



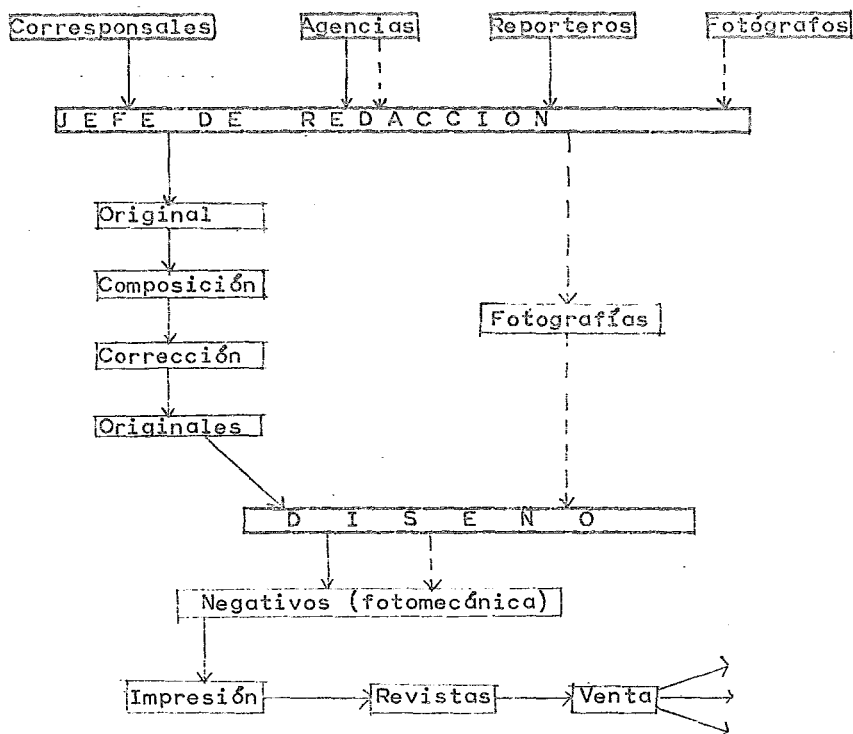
E) Departamento de Redacción.-

La misión del departamento de redacción es facilitar con tiempo suficiente para cada edición, la cantidad de textos, títulos, ilustraciones y pies de foto, necesarias para la fabricación de la revista.

La organización de un departamento de redacción puede variar de una empresa a otra, sin embargo casi todas funcionan de la misma manera. En el siguiente organigrama, propuesto por de Gregorio (35), se puede apreciar el funcionamiento de la redacción de una empresa:

(35) De Gregorio, OP. CIT., P. 86

CIRCULACION DEL MATERIAL ESCRITO Y GRAFICO.



Material escrito —————>

Material gráfico - - - - ->

## a) Jefe de redacción.-

A la cabeza del departamento de redacción se encuentra el jefe de redacción, quien tiene autoridad específica para determinar el material a publicar y su colocación dentro de la revista.

De la cantidad de noticias y artículos que llegan a la redacción, que es mayor a las que se publican en un solo número, deben clasificarse y archivar las que puedan utilizarse posteriormente.

Debe controlar que el material para la revista se encuentre a tiempo tanto en la redacción como en la imprenta. Para cada sección de la revista, debe determinar el espacio que va a utilizar y depende de esto, le informa al reportero el número de cuartillas que debe abarcar en su nota. Esto depende de la importancia del acontecimiento y de la que se quiera dar, según los intereses de la revista.

## b) Reporteros.-

Como base de este departamento están los reporteros --- (fundamento de todo periódico o revista), y son quienes captan el material informativo y de opinión que va a ser llevado al público. Se puede afirmar que los reporteros son el centro motor de la empresa periodística.

El reportero es la persona que redacta lo escrito para -

adaptarlo a la revista; aunque cada uno tiene su estilo y especialidad, sin embargo existen revistas pequeñas como es el caso de "Economía Nacional" donde solo es necesario que laboren uno o dos reporteros, quienes se encargan de recoger y redactar toda la información.

Existen también los reporteros gráficos quienes se encargan de recoger información gráfica, que son las fotografías. Algunas veces trabajan por iniciativa propia, pero deben hacerlo de acuerdo a los requisitos del jefe de información.

Trabajan también en este departamento los corresponsales y los colaboradores. Un corresponsal es la persona que trabaja para la revista ya sea desde el extranjero o desde algún estado de la República. Los colaboradores son el grupo de personas que trabajan externamente para la revista, "son especialistas en diferentes materias que no hacen del periodismo su principal actividad, pero escriben artículos de interés para la revista" (36).

c) Corrección de estilo.-

El estilo se refiere a la forma en que las palabras están dispuestas y a la uniformidad de su empleo; en otras palabras, se refiere a la forma de componer las frases, a la mención de cantidades en palabras o con número, al empleo de letras cursivas y negritas, así como a los signos de ortografía.

(36) De Gregorio, OP. CIT., p. 23

Todos los originales han de ser corregidos de antemano ya sea en su estilo y ortografía, y para eso se utilizan algunos signos que cualquier persona que trabaja en esta área debe conocer. Los signos que generalmente se emplean para las correcciones son los siguientes:

Cambio de letra ... ..	pasó adelant	anudando el hilo de la historia di-	e
Poner espacio.	ciendo que visto el leonero ya puestas	en postura	c
Unir la palabra ... ..	á Don Quijote, y que no podía	dejar de soltar al	↓
Cambio de palabra ... ..	león macho, so pena	de caer en la desgracia del	de
Supresión de letra ... ..	indignado y atrevido	caballero, abrió de par en	e
Letra de otro tipo ... ..	por la primera	jaula, donde estaba, como se ha	e
Adición de letra ... ..	dicho, el león, el cual parió	de grandeza extra-	ec
Palabra o sílaba ... ..	ordinaria, y espantable y fea	catadura. Lo primero que hizo fué	de
Bajar espacio.	revolverse en	la jaula donde	+
Volver la letra.	venía echado y tender la garra,	desperzarse	↓
Alinear las letras ... ..	todo; abrió luego la boca y bostezó	muy despacio.	
Limpieza de las letras ... ..	y con casi dos palmos de lengua que	sacó fuera,	
Letra rota ... ..	se despolvoreó los ojos y se lavó el	rostro; hecho	h
Cambio de palabra ... ..	esto, sacó la	fuera	
Igualar el espaciado ... ..	cabecal de la jaula y miró á	todas partes con los ojos hechos	
Entrar la línea	brasas, vista y	ademán para poner espanto á la misma temeridad. Sólo Don Quijote lo miraba atentamente, deseando que saltase ya del carro y viniese con él á las manos, entre las cuales pensaba hacer pedazos.	
Sacar la línea			
Línea a recorrer ... ..		Hasta aquí llegó el extremo de su	
Ídem ... ..		jamás vista locura; pero el generoso león, más comedido que arrogante, no haciendo caso de niñerías ni de parte, como se ha dicho, volvió las espaldas y bravatas, después de haber mirado á una y á otra enseñó sus traseras partes á Don Quijote, y con gran flema, y remanso se volvió á echar en la jaula viendo lo cual Don Quijote mandó al león que le diese de palos y que le irritase para echarle fuera. Eso no hará yo respondió el león.	
Quitar párrafo.			
Bajar la regla ... ..			
Poner regla ... ..			
Quitar la regla ... ..			
Trasposición de líneas ... ..			
Letra versal ... ..			d   g
Palabra de cursiva ... ..			c <sup>o</sup>
Puntuación Versalitas ... ..			v <sup>o</sup>
Letra corrida ... ..			
Hacer párrafo.			

## F) Publicidad.-

"La publicidad es todo dispositivo impreso encaminado a vender aquello que el interesado quiere, ya sea por el interés del contenido y su circulación, la revista es un conducto importante para llevar el mensaje publicitario" (37).

La publicidad en la prensa "ayuda a seleccionar más el mercado y a definir el tipo de lector al que quiere dirigir - el anuncio" (38).

## a) Tipos de publicidad.-

Rucker (39) distingue cinco tipos de publicidad para publicaciones: publicidad por centímetro o local, nacional o general, judicial, anuncios redaccionales y clasificados.

La publicidad local. Gran parte de la publicidad que aparece en el periódico o revistas, es la que ponen los comerciantes, fabricantes y distribuidores locales. Se subdivide en publicidad de detallistas, institucional, en cooperación y promocional.

La de detallistas es la mayoría de las tiendas. En ella se ofrecen artículos con una descripción detallada de cada --

(37) Brewster y otros, INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD, p. 10

(38) Cebrión, OP. CIT., p. 17

(39) Rucker y otros, OP. CIT., p. 211

uno, y la mención de su precio.

La institucional se ocupa más de la personalidad y carácter de la empresa o institución de servicio. Puede destacar la historia de la empresa, o un aniversario. Por ejemplo de los Bancos o empresas privadas.

La publicidad en cooperación es utilizada por un grupo para promover una idea, ocasión o movimiento. Puede ser un esfuerzo coordinado de venta hecho por varias firmas de la misma clase.

La publicidad que promueve a una comunidad, una institución o un departamento de servicios se llama promocional; con frecuencia se realiza por circulares o catálogos.

Publicidad nacional o general. Tiene como origen los fabricantes, representantes y firmas ubicadas fuera del territorio inmediato de la publicación. Este tipo de anuncios pueden ser puestos por intermedio de agencias que preparan el original y lo envían al periódico o revista.

Publicidad judicial. Proporciona un medio práctico de llevar a cabo la garantía constitucional al de seguridad para todo ciudadano e informa a éstos acerca de sus deberes como votantes y de las nuevas leyes y reglamentos que se impondrán. Se clasifican en: anuncios públicos contables, por ejemplo informes y

memorias de funcionarios públicos a la población a cuyo servicio están. Anuncios de información con respecto a nuevas leyes, boletas de elecciones, anuncios de mejoras públicas. Advertencias como memorias financieras como las exigidas por los bancos, anuncios testamentarios. Esta publicidad judicial tiene una tarifa fijada por la ley.

Los avisos clasificados, producen mucha ganancia para un periódico y pueden tener un crecimiento ilimitado. Estos pequeños anuncios que se van agregando en conveniente distribución alfabética y se clasifican de acuerdo con las necesidades a que responden, contienen material de interés para los lectores y proporcionan a los anunciantes resultados sorprendentes.

En "Economía Nacional" el tipo de publicidad que se maneja es el de publicidad local de detallistas e institucional.

El objetivo, entonces, de los anuncios es dar a conocer servicios y fomentar ventas comerciales de los anunciantes. La publicidad por tanto, es un servicio indispensable en la economía actual, se maneja por tarifas, esto es, como para el anunciante el valor de la revista depende de la calidad de su circulación, las tarifas se fijan de acuerdo al número y tipo de lectores. Se cotizan por el largo y ancho de las columnas, por páginas o fracciones.

Las tarifas de "Economía Nacional" correspondientes al se



gundo semestre de 1983 son las siguientes:

CUARTA DE FORROS (CONTRAPORTADA) A CUATRO COLORES.

Una vez	\$ 96,800.00
Tres veces al año.	\$ 272,250.00
Seis veces al año	\$ 508,200.00
Doce veces al año	\$ 968,000.00

SEGUNDA Y TERCERA DE FORROS (INTERIORES DE PORTADA) CUATRO COLORES.

Una vez	\$ 84,700.00
Tres veces al año	\$ 239,580.00
Seis veces al año	\$ 450,120.00
Doce veces al año	\$ 847,000.00

INTERIORES A COLOR

Una vez	\$ 72,600.00
Tres veces al año	\$ 210,540.00
Seis veces al año	\$ 416,240.00
Doce veces al año	\$ 708,600.00

## INTERIORES A COLOR - DOS COLORES Y NEGRO

	1 página	1/2 página	1/4 página
Una vez	\$ 60,500.00	\$ 55,060.00	\$ 50,820.00
Tres veces/año	\$ 174,240.00	\$ 159,730.00	\$ 145,300.00
Seis veces	\$ 342,220.00	\$ 312,180.00	\$ 283,140.00
Doce veces.	\$ 675,180.00	\$ 617,100.00	\$ 559,020.00

## INTERIORES EN BLANCO Y NEGRO.

Una vez	\$ 36,300.00	\$ 24,200.00	\$ 20,570.00
Tres veces	\$ 106,480.00	\$ 70,180.00	\$ 59,290.00
Seis veces	\$ 210,540.00	\$ 137,940.00	\$ 116,160.00
Doce veces	\$ 421,080.00	\$ 275,880.00	\$ 232,320.00

Número especial de 64 páginas y forros a color \$ 1'144,000.00

Por cada color adicional se agregan \$3,500.00 Las tarifas por colores se consideran utilizando los colores de proceso.

## b) Relaciones Públicas.-

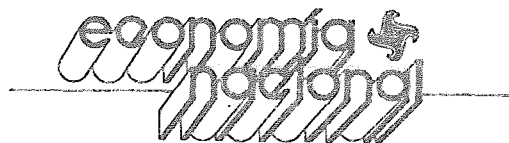
Las relaciones públicas "miden, evalúan e interpretan las actitudes de diversos públicos. Asisten a la administración en la definición de los objetivos para aumentar la comprensión y aceptación pública del producto... Desarrollan, ejecutan y evalúan un programa para lograr la comprensión y aceptación públicas" (40).

Las relaciones públicas deben "aumentar la circulación, vender más espacio para anuncios y acrecentar el prestigio de la revista. Lleva a cabo estudios de mercado que sirven para señalar las relaciones de circulación de la revista y el mercado, es decir, se estudia la opinión pública. Se aconseja al cliente, al mismo tiempo, sobre la manera de aprovechar la revista y para influir en las personas a que formen parte de su público lector" (41).

En "Economía Nacional" este departamento llevó a cabo un estudio de mercado los primeros meses de 1983, obteniéndose -- los siguientes resultados:

---

(40) Robinson, Edward, COMUNICACION Y RELACIONES PUBLICAS, p.72  
(41) Brewster, OP. CIT., p. 87



EDITORIAL: Económico, político y social.

PUBLICACION: Economía Nacional.

CONTENIDO EDITORIAL: La revista como importante medio de comunicación está dirigida tanto a la iniciativa privada como a la pública, ya que en un país como México, de una economía mixta las dos partes son fundamentales, abarcando por igual el ámbito financiero, económico, político y social. Es por esto que dichos factores son la parte esencial del contenido, realizándose así las funciones de educar, informar y formar. La revista está enfocada a dirigentes gubernamentales y empresariales, así como al público en general interesado en el acontecer económico, político y social del país.

Dentro del contenido de la revista existen secciones que van desde el análisis de la economía, la vida pública y empresarial, hasta la publicidad y el arte de la literatura.

CIRCULACION: El tiraje mensual de la publicación es de 10,000 ejemplares, los cuales se distribuyen de acuerdo al cuadro -- que a continuación se presenta.

## DISTRIBUCION DE A LA REVISTA ECONOMIA NACIONAL

LUGARES	LECTORES	%
Bancos, financieras y seguros .....	875	8.75
Empresas industriales y de comercio .....	3,000	30.00
Cámaras asociaciones y clubes .....	750	7.5
Agencias de viajes, publicidad y prestadores de servicios turísticos .....	350	3.5
Profesionistas y embajadas .....	170	1.7
Dependencias del gobierno .....	600	6.0
Suscriptores .....	1,235	12.35
Venta al público (Samborns, voceadores, Aurrerá y provincia .....	2,700	27.00
Anunciantes, cortesía y archivo .....	290	2.9
Derecho de autor y correos .....	30	0.3
S U M A	10,000	100.00

Se puede pensar que es reducido el número de lectores por revista, pero lo que se busca es calidad y no cantidad, así la mayoría de los lectores son personas que toman decisiones, teniendo por lo tanto un mercado muy selecto que cubre las necesidades de la publicidad de cada empresa o negocio.

En el estudio se resume lo siguiente:

Cubre un importante sector del mercado a nivel nacional -

así como internacional mediante la circulación de la revista en oficinas de gobierno y empresariales a nivel directivo, como ejecutivo; así se cubre un sector de personas seleccionadas directa o indirectamente con la toma de decisiones en los dos sectores de la economía y en el extranjero a los diferentes - continentes a los cuales llega información del mundo económico de México.

C A P I T U L O 4

PASOS PARA LA REALIZACION DE UNA REVISTA.

En la mayoría de las publicaciones existen diversas etapas por las que pasa el proyecto, al evolucionar desde la idea del diseñador hasta la obra impresa.

Esta secuencia de pasos puede variar en detalles, dependiendo de los factores de cada publicación, como pueden ser el tamaño y tipo de publicación, número de ejemplares tirados, etc., sin embargo los pasos que propone Klment (42) son los siguientes:

- A) PLANEACION PRELIMINAR
- B) DISEÑO
- C) TIPOS
- D) IMPRESION
- E) DISTRIBUCION.

A) PLANEACION PRELIMINAR.

1.- "Lo primero que debe realizarse en una publicación es un escrito donde se manifiestan los propósitos y objetivos para su edición" (43).

En esta etapa deben anotarse las características generales como son medidas, tipo de circulación, periodicidad, secciones

(42) Klment, Stephen. CREATIVE COMMUNICATIONS FOR A SUCCESSFUL DESIGN PRACTICE, p. 109

(43) IDEM.



que contendrá, formas de distribución, etc.

En base a esto, los propósitos y características para la edición de "Economía Nacional" son:

"Economía Nacional" surge como un órgano informativo especializado en temas económicos y políticos tanto de la iniciativa privada como de la pública, de los ámbitos nacional e internacional.

Esta revista recoge información de los sectores público - y privado para mostrar así un panorama actual de la situación económica y política en que vivimos.

#### Características generales:

\* Es una revista especializada en temas económicos y políticos.

\* Contiene 64 páginas en blanco y negro y forros a color.

\* Su formato es de 21.5 X 28 centímetros.

\* El número de columnas por página varía de 2, 3, y 4 según la sección de la revista de la que se trate.

\* Las secciones que contiene son editorial, noticias económicas, información nacional, información internacional, tips económicos, cultural, ponencia y prosa y poesía.

\* Periodicidad: mensual, sale los días 15 de cada mes.

\* Su tiraje es de 10,000 ejemplares.

\* Su distribución es por venta directa, en tiendas de auto servicio y vendedores y por suscripciones y entregas personales.

2.- "Elaborar un calendario para la terminación de la publicación" (44). Conocidos todos los detalles que necesitan de tiempo para su realización y con el fin de evitar cualquier retraso, se elabora un calendario de fechas para que así las personas que trabajan en la revista, sepan de cuánto tiempo disponen para realizar su trabajo,

Los detalles que deben tomarse en cuenta para la elaboración del calendario son los siguientes: la recopilación del material, elaboración de las notas, revisión y corrección de las mismas, adquisición de las fotografías, tipografía, revisión de galeras, formación de originales, revisión de los mismos, elaboración de los negativos, impresión, terminado y distribución.

Hay que tomar en cuenta que no todos los pasos deben realizarse paulatinamente, sino que un paso aún sin ser terminado, puede darse comienzo a otro, y así realizar más pronto el trabajo.

Tomando en cuenta el número de personas que trabajan en "Economía Nacional", se necesitan aproximadamente 30 días para la terminación de la revista. En la página siguiente se muestra la gráfica o calendario de las labores de un número de la revista.

(44) Klment, OP. CIT., p. 109

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0		
	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	
Recopilación de material: textos y fotografías.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																						
Redacción de notas.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																						
Revisión de notas	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																						
Tipografía.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																						
Revisión de galeras.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																						
Elaboración de originales.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																						
Revisión.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																						
Negativos.											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■										
Impresión.																							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Distribución.																																

Tiempo de elaboración de una sola nota \*\*\*\*\*  
Tiempo de elaboración de toda la revista ■■■■■■■■

Trabajan: 2 reporteros  
2 redactores  
2 diseñadores  
2 tipógrafos  
1 corrector.

# BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION

8

3.- Presupuesto. Se realiza un presupuesto con respecto a la tipografía, diseño, fotografías, cantidad de papel, impresión, distribución, etc. Para este caso las publicaciones deben estar enterándose constantemente de los precios, ya que éstos varían a menudo. Para realizar un presupuesto debe tomarse en cuenta lo siguiente:

---

## T I P O G R A F I A

Número de cuartillas \_\_\_\_\_

Costo por cuartilla \$ \_\_\_\_\_ Total \$ \_\_\_\_\_

## P A P E L P A R A I N T E R I O R E S

Tipo de papel \_\_\_\_\_ Medidas \_\_\_\_\_ cms.

Número de pliegos \_\_\_\_\_ Costo \$ \_\_\_\_\_ Total \$ \_\_\_\_\_

## P A P E L P A R A F O R R O S

Tipo de papel \_\_\_\_\_ Medidas \_\_\_\_\_ cms.

Número de pliegos \_\_\_\_\_ Costo \$ \_\_\_\_\_ Total \$ \_\_\_\_\_

## I M P R E S I O N

Negativos en blanco y negro \_\_\_\_\_ Costo \$ \_\_\_\_\_

Negativos a color \_\_\_\_\_ Costo \$ \_\_\_\_\_ Total \$ \_\_\_\_\_

## A C A B A D O S

Tipo de encuadernación \_\_\_\_\_ Total \$ \_\_\_\_\_

## D I S T R I B U C I O N

Vía terrestre \_\_\_\_\_ ejemplares \$ \_\_\_\_\_  
 Vía aérea \_\_\_\_\_ ejemplares \$ \_\_\_\_\_ Total \$ \_\_\_\_\_

S U M A \$=====

---

4.- "Se debe confirmar que el proyecto realizado es aceptado por los directores o dueños de la revista, y si así es, se puede comenzar con el siguiente punto" (45).

## B) DISEÑO.

"El diseño no es decoración ni distracción, sino parte de la tarea de la comunicación ..." (46).

La función del diseño es presentar la revista en una forma organizada y comprensible, y para conseguirlo, el diseñador u\_\_\_\_\_

(45) Klment, OP. CIT., p. 109

(46) Evans, Harold, DISEÑO Y COMPAGINACION DE LA PRENSA DIARIA, p. 7

utiliza tipos de letra determinados para el texto y para los titulares, fotografías, espacio en blanco, una secuencia de páginas, y todo lo que desee en las combinaciones más adecuadas. Así "el diseño periodístico es algo más que la multiplicación en imprenta de un solo mensaje, lo cual supone un dominio del espacio" (47). El problema es comunicar dentro de un mismo contextu físico, una serie de mensajes de diversa importancia. -- Esa comunicación debe ser de la forma más simple, directa, ordeنادa y efectiva posible.

El diseño periodístico además no puede existir sin las notas o artículos, sin algo que expresar a un público concreto; y no puede ser comunicado eficazmente si no es por medio de un diseño periodístico. "Cuando se habla de diseño se refiere a tres aspectos básicos: a) imágenes que dan sentido al texto, - b) el aspecto de la tipografía, y c) la disposición de las imágenes y texto de modo que cooperen para crear un mensaje unificado sobre una idea completa" (48).

5.- El primer paso a seguir dentro del diseño es reunir - todo el material, como son textos, fotografías y todo el material necesario que se utiliza durante el proceso de elaboración

(47) Evans, OP. CIT., p. 9

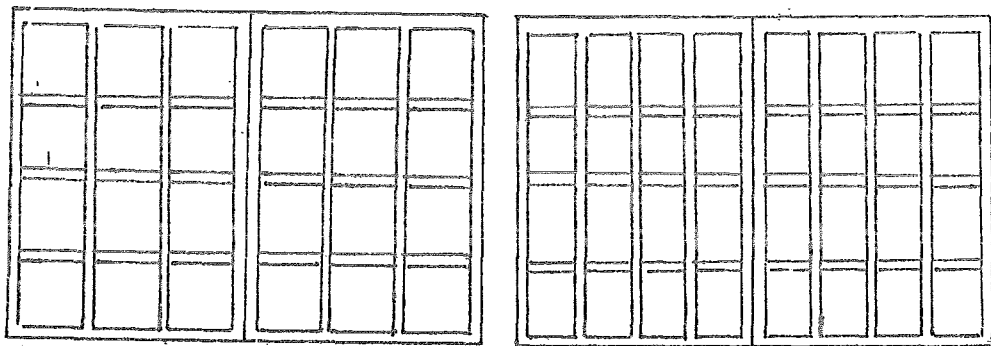
(48) Crawford, PUBLICIDAD, p. 234

de la revista. En esta etapa los departamentos que intervienen son los de información, redacción y publicidad. Reunidos los tres, se tiene todo el material escrito que dará forma a la revista.

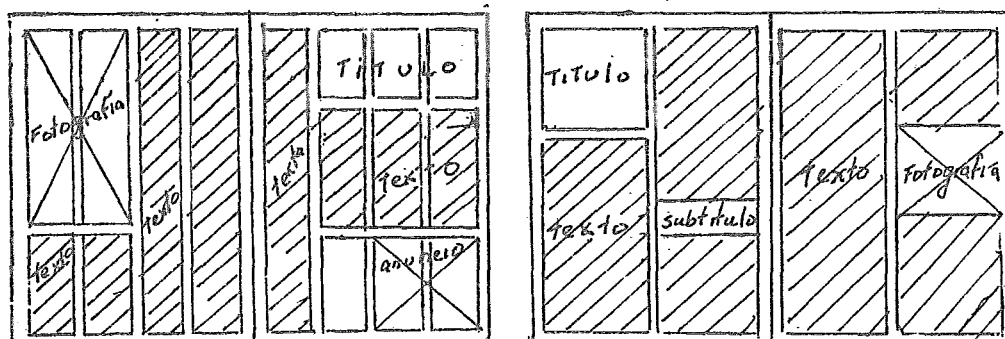
6.- Antes de tener listo el texto, el diseñador debe preparar anticipadamente la forma de diagramación y criterios sobre la forma como va a colocar el texto, fotografías y anuncios, así como el espacio necesario para el título y líneas que vaya a llevar cada página. En otras palabras, debe realizar un domo o boceto que muestre la presentación final que llevará cada sección de la revista.

Esta forma preliminar puede realizarse al tamaño del original, lo cual ayuda a que se hagan las correcciones necesarias en el diseño, de esta forma se hacen con mayor facilidad.

Por otra parte esto ayuda a conocer el número de páginas que va a utilizarse en cada sección, si se necesitan ampliar las columnas en cada página o cortar el texto. Esto indica si el trabajo terminado es muy pesado en el texto o muy ligero en el trabajo de arte o viceversa. Y así se proporcionan los tamaños de las fotografías y dibujos:



LINEAS GUIAS PARA EL FORMATO DE 3 Y 4 COLUMNAS.



EL DOMI AYUDA A ENCONTRAR LAS DIFERENTES COMBINACIONES --  
 COMO PUEDE COLOCARSE EL TEXTO, TITULOS, FOTOGRAFIAS Y ANUNCIOS;  
 DE LA MANERA MAS AGRADABLE Y FACIL DE LEER.



Según la definición de varios autores el domi es "el mé todo más fácil de desarrollar ideas visuales" (49), así el do mi final "proporciona la base para especificar el tamaño de los textos y de las fotografías, así como para indicar el lugar que éstas han de ocupar en el diseño" (50).

Evans menciona que el propósito del domi "es el poder es timar el cómo distribuir el espacio total para cada artículo, y la secuencia de páginas, según las secciones que se vayan a publicar. Sumados la cantidad de material para cada sección más la cantidad de espacio publicitario, se obtienen el total de espacio para cada sección de la revista y una vez convenidos estos totales, se puede comenzar el trabajo real de diseño" -- (51).

7.- Determinar el número de cuartillas del texto inicial- que deben tipografiarse para cada página de la revista.

Existen varios métodos para determinar cuántas líneas de texto van a ocupar una columna de la revista.

Uno de ellos es que una vez establecido el tipo de letra y ancho de columna a utilizar, se cuenta el número de caracte- res en la primer línea del manuscrito, que va a dar el ancho -

(49) Demoney, J. MONTAJE PARA ORIGINALES GRAFICOS PARA SU RE-  
PRODUCCION, p. 10.

(50) Demoney, OP. CIT., p. 11.

(51) Evans, OP. CIT., p. 136.

de la columna; de ahí se marca una línea vertical a lo largo de la página; con esto se obtiene aproximadamente el número de líneas que van a ocupar el largo del formato. Se suman las letras o palabras que sobran a la derecha de la línea vertical, y con ellas se forma un número adicional de líneas de texto. Sumadas el número de líneas a la izquierda de la raya y las palabras adicionales a la derecha, menos el número de espacios situados a la izquierda de la línea, se tiene el total de líneas impresas en una columna.

La cantidad de texto manuscrito debe ser impreso luego con caracteres de imprenta en un espacio determinado a la página.

Las unidades de medida de caracteres se calculan en puntos. El punto es "la unidad de medida tipográfica más pequeña" (52). Equivale aproximadamente a 1/72 de pulgada o 0.3528 milímetros. Las interlíneas también se miden en puntos. Estas se definen - como el espacio entre las líneas, el cual está determinado por factores que son simples consideraciones de diseño.

El diseñador es quien especifica el área del texto, el -- cuerpo o tamaño, el tipo y su peso y la variación que se va a utilizar para el texto.

La elección de los tipos requiere conocimientos tanto del tipo estético como técnico, porque los caracteres deben ser le gibles y deben caber en el espacio que se les ha designado en el domi.

8.- Después de elaborado el domi se muestra al director - éste para que otorgue su visto bueno, o por el contrario que - diga qué parte no le parece bien y qué debe ser modificado.

9.- Si existen cambios en el diseño, se deben realizar an tes de que se proceda a realizar los originales.

(52) Klment, OP. CIT., p. 112

## C) TIPOS.-

10.- Se ordena en esta etapa el tipo de letra que se va a utilizar para el texto. "La tipografía es un medio eficiente que permite llegar a un fin que es esencialmente utilitario y que solo accidentalmente es estético..." (53).

## a) Reseña histórica de los tipos.-

Los primeros alfabetos.- La escritura pictográfica comenzó hace cinco mil años y fue evolucionando hasta convertirse en símbolos que representaron sonidos en lugar de objetos. Unos mil quinientos años más tarde surge el alfabeto. Uno de los cuales fue creado por los semitas, cerca de Egipto, alrededor del año mil seiscientos A.C. Este alfabeto solo tiene veintiún letras, cada una representa una consonante y fue adoptado por los fenicios y armenios. Los griegos añadieron más letras al alfabeto fenicio el cual llegó hasta nosotros por conducto de los latinos.

Muy poco es el cambio que ha habido en la forma de las

letras latinas del alfabeto de dos mil años atrás hasta llegar a nuestras letras actuales.

Mediante un lento proceso de evolución, las letras del alfabeto cobraron dos formas diferentes, según se utilizaran por los copistas de libros del norte o del sur de Europa. De esta manera nacieron dos estilos de letra: el gótico y el romano.

Invención de los tipos móviles.- Johann Gansfleisch que usó el apellido de su madre, Gutenberg, fue el primer europeo que utilizó tipos móviles. Gutenberg estaba creando el arte de imprimir con tipos móviles en Magnucia, Alemania en 1450. Desarrolló una prensa adecuada y tinta de imprimir, todo lo cual contribuyó al éxito del primer libro impreso.

Antes de este descubrimiento los libros se escribían a mano y se editaban un máximo de seis ejemplares, para esto se reunían varias personas que sentadas alrededor de un lector, escribían cada uno un ejemplar al dictado de éste.

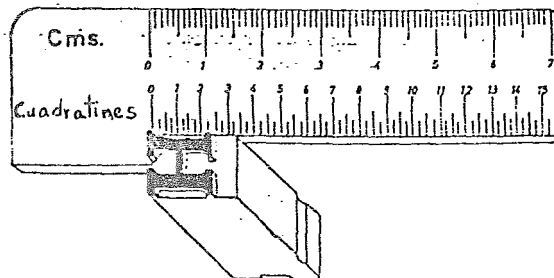
Gutenberg creó los tipos sueltos, es decir, iba formando las palabras letra por letra, después las reunía y procedía a la impresión. El primer trabajo de imprenta con tipos móviles debidamente fechado apareció en 1454.

## b) Tipos.-

"Los tipos de letra deben disponerse por el tipógrafo con un propósito (el del autor) pero también para una comodidad -- (la del lector)" (54).

En 1737 un impresor de apellido Fournier descubrió una manera para hacer todos los tipos a un tamaño estándar. Este sistema de medidas es lo que hoy se conoce con el nombre de sistema de puntos, y está basado en la unidad más pequeña que es el PUNTO.

Los impresores utilizan el tipómetro que es el instrumento que indica exactamente cuántas líneas de texto caben en determinada área. Tienen marcas que indican los tamaños de los caracteres y los espacios entre las líneas.



T I P O M E T R O

(54) Evans, OP. CIT., p. 87

Generalmente esta regla está dividida en pulgadas o centímetros, en una de sus caras, y en la otra, en cuadratines, que se representan con un signo así  $\square$ ; y además en divisiones de seis puntos. ( $1 \square = 12$  puntos).

Un tipo se define como la "forma de las letras de un alfabeto, y son las letras que se emplean para la formación de moldes tipográficos" (55). Figura 1.

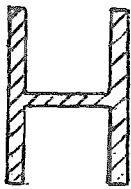


FIGURA 1

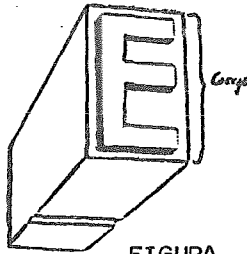


FIGURA 2

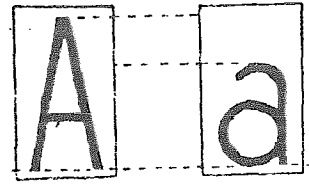


FIGURA 3

Cuerpo "es la medida de las letras expresada en puntos" (56), figura 2. Aunque las mayúsculas alcancen una mayor altura que las minúsculas, se toma una sola medida de punto para ambas. Figura 3.

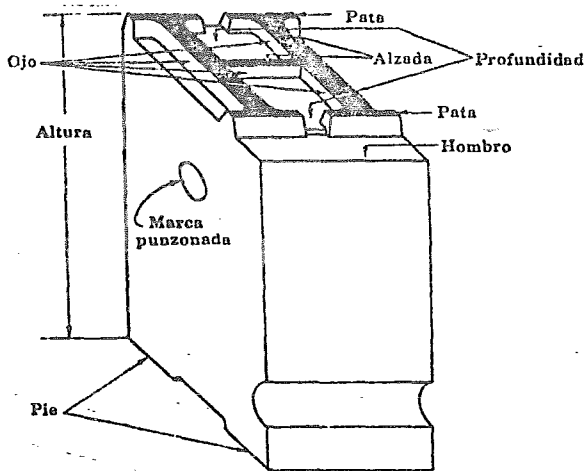
Las partes en las que se dividen los tipos son:

OJO: es la letra fundida en relieve.

PROFUNDIDAD: es la parte sumida dentro del ojo y alrededor del mismo.

(55) Karch, Randolph. MANUAL DE ARTES GRAFICAS, p. 147

(56) IDEM.



#### PARTES DEL TIPO.(57)

**PATAS:** son las líneas transversales de los extremos de los rasgos o trazos principales.

**HOMBRO O CEJA:** es la parte del tipo por debajo del ojo, viendo hacia la cara en que está la asignatura.

**ALZADA:** es la parte biselada debajo del ojo y encima del cuerpo.

**MARCA DEL PUNZON:** la pequeña marca redonda, a un lado del tipo, que sirve de guía para el cajista cuando coloca los tipos en el componedor.

(57) Karch, OP. CIT., pp. 147 y 148



PIE: las dos proyecciones sobre las que se sostiene el tipo, - que están separadas entre sí por el canal.

VOLADO: cualquier parte del ojo que sobresale del extremo del cuerpo del tipo, y que a menudo se encuentra en las letras F y J minúsculas.

c) Familias de tipos.-

Cada uno de los miembros que integran una familia de tipos presenta las mismas características generales del dibujo, con la diferencia de que este puede ser fino, seminegro, negro, supernegro, etc., por ejemplo:

ABCDEFGHIJKLMN~~O~~PQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwx~~y~~z fi fl ff ffi ffl \$1234567890  
 Fina

ABCDEFGHIJKLMN~~O~~PQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwx~~y~~z fi fl ff ffi ffl \$1234567890  
 Cursiva fina

ABCDEFGHIJKLMN~~O~~PQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwx~~y~~z fi fl ff ffi ffl \$1234567890  
 Negrita

ABCDEFGHIJKLMN~~O~~PQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwx~~y~~z fi fl ff ffi ffl \$1234567890  
 Negrita cursiva

ABCDEFGHIJKLMN~~O~~PQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwx~~y~~z fi fl ff ffi ffl \$123456  
 Extranegrita

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz fi fi fi fi \$123456

Extranegrita cursiva

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz fi fi fi fi \$1234567890

Negrita condensada

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz fi fi fi fi \$1234567890

Extranegrita condensada

Por ejemplo, la familia Baskerville contiene toda las --  
 mismas características generales del dibujo, pero también las  
 hay cursiva, negritas, cursiva negritas, etc. como se muestra-  
 en el siguiente ejemplo:

ABCDEFGHIJKLMN OPQRST  
 UVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Baskerville

ABCDEFGHIJKLMN OPQRST  
 UVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Baskerville, cursiva

ABCDEFGHIJKLMN OPQRST  
 UVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Baskerville, negritas

FAMILIA BASKERVILLE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bodoni de libro

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

Bodoni de libro; cursiva

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bodoni

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 UVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

Bodoni, cursiva

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bodoni, negritas

FAMILIA BODONI

## d) Medida de los tipos.-

El tamaño de los tipos basado en el sistema de medición en puntos suele ser de 6, 8, 10, 12, 14, 18, 24, 30, 36, 48, 60 y 72 puntos.

6 puntos

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

8 puntos

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

10 puntos

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

12 puntos

ABCDEFGHIJKLMNPOQRS  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

14 puntos

ABCDEFGHIJKLMNOP  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

18 puntos

ABCDEFGHIJKLM  
 abcdefghijklmnopq

24 puntos

ABCDEFGHIJ  
 abcdefghijklmn

30 puntos

ABCDEFGFG  
 abcdefghijk

36 puntos

ABCDEF  
 abcdefg

48 puntos

ABCD  
 abcdef

60 puntos

ABC

M-0059650

Para la revista "Economía Nacional" se utilizan tipos de las familias Baskerville y Press Roman de 8, 10 y 11 puntos; - dependiendo de la nota de la que se trate. Por ejemplo, el de 8 puntos se utiliza para pies de foto, el de 10 para la sección de Noticias Económicas, que es a cuatro columnas, y 11 puntos se utiliza para todas las demás secciones.

abcdefghijklmnopqrstvwxyz

1234567890

Nuestras obras son el reflejo de lo que somos.

8 PUNTOS

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Nuestras obras son el reflejo de lo que somos.

10 PUNTOS

11 Puntos

abcdefghijklmnopqrstvwxyz

1234567890

Nuestras obras son el reflejo de lo que somos.

DNES NO

9 Pts. MEDIANO

Durante largo tiempo, el único proceso conocido para difundir el pensamiento del hombre, fué la escritura manual, pero en el Siglo IV, la afluencia de nuevas ideas, requirió de mejores medios de comunicación. Después de haber fabricado una prensa, Gutemberg imprimió la primera Biblia y se convirtió en el Progenitor de la Tipografía.

11 Pts. MEDIANO

Durante largo tiempo, el único proceso conocido para difundir el pensamiento del hombre, fué la escritura manual, pero en el Siglo IV, la afluencia de nuevas ideas, requirió de mejores medios de comunicación. Después de haber fabricado una prensa, Gutemberg imprimió la primera Biblia y se convirtió en el Progenitor de la Tipografía.

11.- Preparar una copia lo más exacta posible de cómo va a quedar finalmente el trabajo. Debe incluir formato, tipo de papel, número de páginas para cada sección, espacio para fotografías y el tiraje que se va a hacer.

12.- "Se realiza todo el trabajo de diseño en cuanto a fotografías y líneas necesarias" (58), así como colocar los títulos en su lugar. Cabe mencionar que los títulos forman parte -- muy importante en la presentación de cada artículo.

Título en periodismo, es la expresión en pocas palabras de lo más destacado de una noticia. Como norma general, deben contener por lo menos dos de los fundamentos esenciales de la noticia, preferentemente el QUE y el QUIEN, En otras palabras, deben resumir el mayor número de datos posibles en el menor número de palabras.

Los títulos entonces deben ser breves, y para lograr un buen título, debe leerse todo el texto para obtenerlo, ya que muchas veces resulta imprudente titular con las primeras líneas porque en ellas puede no darse todo el sentido de la información.

Es según de la brevedad del espacio, que se deben suprimir en los títulos los verbos, sustituyéndolos por comas.

(58) Klment, OP. CIT., p. 112

Al titular principal de una información se le llama cabeza, es en ella donde se condensa lo más importante de las noticias, sobre todo, llama la atención. Además de los títulos existen también los subtítulos que añaden las particularidades sobresalientes de la que después se desarrollará; están destinados a revivar la atención del lector cuando se trata de un artículo de cierta extensión.

Por su parte, los sumarios completan el contenido informativo de la cabeza. Se sitúan después de ésta. (Ejemplo en la página siguiente).

Los pies de foto, finalmente, cumplen una misión análoga a los títulos. Por lo general el público lo primero que hace es leer los títulos y ver las ilustraciones; si éstas son interesantes, los ojos del lector se desvían a los pies de foto, los cuales deben ser elementos de información e incitar a la lectura del texto.

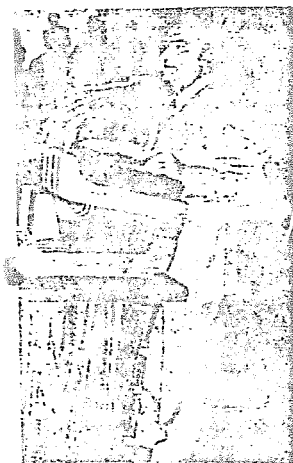
#### e) Ilustraciones y su reproducción.-

No toda ilustración dibujada en línea es una ilustración de línea o tono. Existen dos formas básicas de ilustraciones: línea y tono continuo. Cada una puede ser impresa en negro y blanco o en color. Además de estas dos categorías, existen modos distintos de reproducir ilustraciones.

# La Rectoría del Estado y la Planeación Económica

## 5º Congreso de Economía

Los trabajos del 5o. Congreso Nacional de Economistas, titulado *La Rectoría del Estado y la Planeación Democrática*, celebrado los días 27, 28 y 29 del mes pasado, el cual fue clausurado por el C. Lic. Miguel de la Madrid Hurtado, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, cuyas palabras a continuación presentamos:



El C. Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, Lic. Miguel de la Madrid Hurtado, clausuró los trabajos del 5o. Congreso Nacional de Economistas.

"Amigos economistas:

Agradezco la invitación a clausurar este su quinto congreso.

El Ejecutivo de la Unión se

ha marcado como norma afrontar sus responsabilidades en diálogo constante con todos los sectores de la sociedad. Solamente mediante una solidaridad efectiva y comprometida, en el marco de nuestra democracia, los mexicanos sacaremos adelante al país de sus presentes dificultades.

Me congratulo que hayan escogido como temas centrales de su congreso, los temas fundamentales de la Rectoría del Estado y la Planeación Económica.

Mi gobierno promovió, desde los primeros días de nuestra gestión, que a nivel constitucional quedarán estos principios incorporados a las decisiones fundamentales de nuestra Carta Constitucional.

Son principios, son bases,

que definen una voluntad política. Pero no basta la voluntad, ni las buenas intenciones, ni las mejores ideas, si no somos capaces de partir de un conocimiento certero de la realidad y de la instrumentación factible y eficaz de las soluciones para lograr nuestras metas.

Menos que nunca, los mexicanos no podemos darnos el lujo de hacer planteamientos utópicos que no correspondan a la realidad que vivimos, y a la realidad que podemos vivir.

En estos tiempos la ingenuidad es reaccionaria. La revolución se hace con verdad y se hace con decisión, y no sólo con planteamientos utópicos o con buenas intenciones, muchas de las cuales han mostrado ya su falla en la realidad.

Me congratulo que los economistas de México reiteren su compromiso con el Nacionalismo Revolucionario, con la democracia y con la justicia social. Estos conceptos, fundamentales, orientan la acción del Gobierno de la República; estos valores políticos fundamentales, son los que instrumentamos con decisión, firmeza y honestidad.

Agradezco la colaboración que ustedes hacen al debate de los problemas del país; sé que lo





## I) Ilustraciones línea.-

"Línea es el término que se utiliza para describir una ilustración que es negro y blanco, sin gradaciones intermedias, -- (también se le llama ilustración a pluma)" (59).

No todas las ilustraciones dibujadas son líneas. Un dibujo a lápiz, por ejemplo, no es necesariamente un línea, ya que la marca de grafito contiene matices de tono que varían de negro a gris o blanco, según el grado de presión aplicado, el grado de dureza de la punta del lápiz y del grado de textura del papel. En cambio, los líneas a tinta producen un solo tono cuyo opuesto es la superficie blanca del dibujo; por lo tanto pueden considerarse como líneas puras.

Para hacer un línea se puede utilizar una pluma, un lápiz graso o un pincel, o utilizando la técnica del scratch, que consiste en hacer líneas blancas rascando una superficie negra hecha con un revestimiento especial. Los líneas pueden ser grabados en madera, dibujos a tinta, rotulados hechos a mano, pruebas de texto tipográfico, etc.

El procedimiento para obtener el negativo de estas ilustraciones consiste en que la cámara de fotomecánica fotografía el

.....  
 \_\_\_\_\_

(59) Demoney, OP. CIT., p. 39

original en las dimensiones señaladas de antemano, produciendo un negativo de película en alto contraste, en una plancha metálica. Una ilustración línea puede ser invertido haciendo que el negro sea blanco o viceversa, también pueden producirse en color.

## II) Ilustraciones de tono continuo.-

Estas ilustraciones "tienen valores de gris que varían desde los extremos de negro a blanco" (60). La forma más común de ilustración de tono continuo es la fotografía, donde la vasta gama de tonos es creada por la luz que incide sobre ella y que provoca un proceso fotoquímico en una emulsión especial -- tratada y sensible a la luz.

Este mismo proceso fotográfico no puede ser aplicado al proceso de impresión para tintas porque la película solo registra el negro y el blanco.

La forma de obtener tonos grises mediante la estampación de líneas de tinta negra en papel blanco fue uno de los grandes problemas que resolvió la industria de la impresión. Hasta la década de 1880 todas las reproducciones de ilustraciones se ha

(60) Demoney, OP. CIT., p. 40

cían por grabados en madera, en donde se grababan líneas o puntos muy juntos, y la porción en relieve del bloque de maderas la que soportaba la tinta. Cuando más separadas estuvieran las líneas o puntos, tanto más clara era esa parte de la imagen, y más oscura cuanto más juntas estuvieran las líneas o puntos y más densos fuesen.

La reproducción perfecta de ilustraciones de tono continuo por medio de un proceso fotomecánico, inventado a fines del siglo XIX, representa uno de los mayores adelantos de la tecnología de la impresión. El trabajo manual del grabador fue sustituido por un sistema fotográfico en el que una ilustración de tono continuo era fotografiada a través de una trama o pantalla. Los tonos son articulados por la trama en zonas de puntos muy densos o poco densos que, al ser vistos a alguna distancia, producen la ilusión de un tono continuo.

### iii) Tramas de medio tono.-

El negativo se descompone en muchísimos puntos sacándose después una fotografía del original a través de una retícula o trama. Esta retícula está hecha con dos trozos de vidrio plano; cada uno de estos vidrios tiene grabadas unas líneas paralelas opacas que corren diagonalmente por todo el vidrio. Ambos, son pegados de modo que las líneas opacas grabadas se cru-

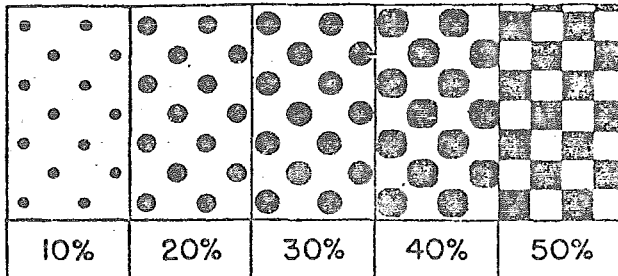
cen unas con otras en ángulo recto formando una trama. Actualmente se utilizan pantallas de acetato grabadas con los cuadros.

Estos trazados de la trama son de diferentes medidas las cuales satisfacen las exigencias de grosor o finura, dependiendo del papel que ha de utilizarse.

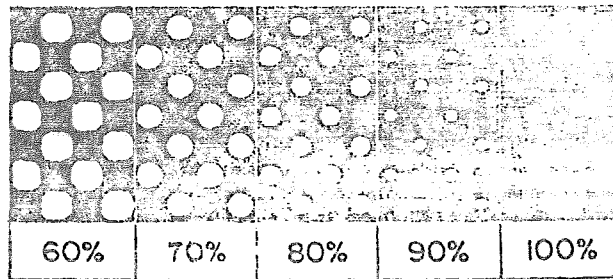
El número de líneas finas por pulgada puede variar desde 50, 55, 65 hasta 100, 150 e incluso 300 líneas por pulgada cuadrada, según la trama.

Cuanto mayor es el número de líneas por pulgada cuadrada, tanto mayor es el número de puntos; y cuantos más puntos hay, será mayor la gradación tonal.

El número y la densidad de los puntos en una reproducción de tono continuo varía de acuerdo a las zonas claras y oscuras de tono



VALORES DE TRAMA DE TONO CONTINUO DEL 10% AL 50%, MUY AUMENTADOS.



VALORES DE TRAMA DE TONO CONTINUO DEL 60%  
AL 100%, MUY AUMENTADOS.

Si el color es negro, el pasado de trama dará una sensación de gris; esto es que el grado de valor de gris se determina por el número y el tamaño de los puntos.

Los pasados de trama se designan según el porcentaje de negro puro, como en las figuras anteriores. Por ejemplo un pasado de trama del 10% produce un tono gris claro, y uno del 90%, produce un tono gris oscuro. El negro puro es un tono uniforme no tramado, llamado plasta.

Cualquier color puede ser tramado para crear diferentes valores del mismo color.

### f) Color.-

La introducción del color añade otro elemento al proceso de reproducción e influirá en la preparación de la ilustración para su elaboración.

El color puede sustituir a la tinta negra y constituir una impresión a un solo color. Esta puede imprimirse en tonos uniformes puros o tramados.

### I) Duotono.-

Al igual que el tono continuo, el duotono contiene puntos de tamaños y densidad diferentes para conferir una gama total.- El segundo color utilizado en un duotono crea un tono continuo deseable cuando se requieren ciertos efectos. La cantidad del segundo color introducido puede variar también según el número de líneas de la trama utilizada.

### II) Color básico.-

Hace algunos años se crearon algunas técnicas que han permitido la producción de la mayoría de los efectos a todo color utilizando solo cuatro tintas, éstas son: rojo, amarillo, azul y negro.

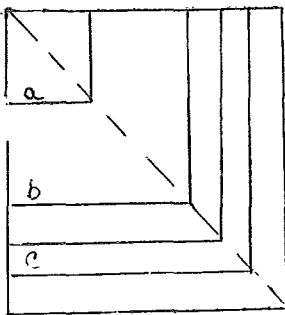
El procedimiento para obtener una ilustración a cuatro tintas es el siguiente: se sitúa la ilustración a color frente a -

una cámara que la fotografía cuatro veces, con filtros para separar los cuatro colores básicos. Después se saca un negativo para cada color, que después se imprimen sobre cuatro planchas o láminas de impresión por separado. Cada lámina se entinta con el color apropiado para que se obtenga el original del color deseado.

g) Modificación de las dimensiones de una ilustración.-

Muchas veces las ilustraciones deben ser reducidas o ampliadas para adecuarlas a una página. La ampliación o reducción -- proporcional significa cambiar las dimensiones del original sin modificar la relación entre sus dimensiones.

Existe un método para realizar esto que es el llamado de "Escala diagonal", el cual consiste en trazar por el reverso de la fotografía una línea que pase por dos ángulos situados en diagonal y continuar la línea más allá de un ángulo. Se prolonga la línea de la base de la fotografía hasta la longitud de-



- a) ilustración original.
- b) ilustración modificada.
- c) diferentes aumentos.

seada y se traza una línea perpendicular a este punto y que corte la línea diagonal. Esta línea perpendicular da la altura de la imagen final.

Cualquier rectángulo dibujado sobre la misma diagonal, desde cualquiera de los ángulos será proporcional a la fotografía original. (61). (Ejemplo anterior).

### II) Corte de fotografías.-

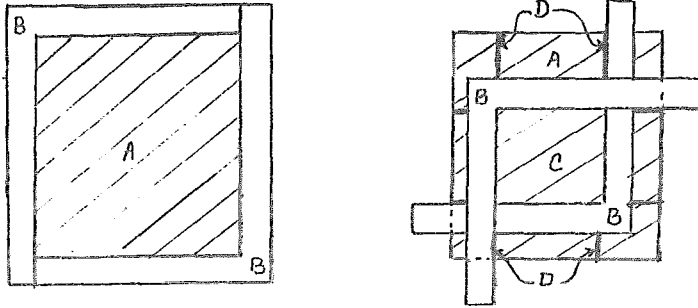
El corte de la ilustración no significa cortarlo con unas tijeras, sino que es marcar la parte de la fotografía original que se va a utilizar.

Para esto, un método muy sencillo es utilizar unos marcos de corte los cuales van a determinar qué parte es la que se va a necesitar. Dos ángulos rectos se colocan sobre la ilustración de modo que formen un marco. Se desplazan las dos piezas hasta obtener una clara idea de la parte que se necesita. En el margen de la ilustración que está alineado con el interior del marco, se ponen unas marcas que indican la zona destinada a la reproducción final; se trazan o se señalan en los cuatro ángulos para indicar el tamaño de reducción de la fotografía. (62). (Figura siguiente).

(61) Klment, OP. CIT., P. 90.

(62) Demoney, OP. CIT., p. 68





- A - Fotografía original.
- B - Marcos de corte.
- C - Tamaño reducido.
- D - Marcas que indican el tamaño final.

h) Composición tipográfica.-

Los primeros tipos fundidos por Gutenberg fueron realizados por el mismo procedimiento básico: las letras son fundidas vertiendo metal caliente en moldes o matrices que contienen grabados del carácter que se desea.

A medida que se fueron produciendo cambios en el mundo en sus condiciones sociales y económicas, se ha ido haciendo necesario una forma más rápida de composición.

Algunos problemas de la producción mecánica se resolvieron parcialmente con las mejoras en la fabricación del papel y otros materiales y por la introducción de nuevos procesos como fueron las prensas más rápidas.

Antes de la invención de la máquina que resolviera el pro-

blema de la tipografía, la mayor parte de los periódicos y revistas se limitaban a publicar únicamente 8 páginas como máximo.

Hoy los tipos de imprenta se hacen a máquina, lo cual hace capaz una reproducción con la menor posibilidad de error. Entre las máquinas que se inventaron destacan la linotipia, la monotipia, y posteriormente la fotocomposición y la composición mecanografiada.

### 1) La Linotipia.

"Desde principios del siglo XIX, el alemán Ottmar Mergenthaler inventó una máquina cuyo principio consistía en fundir las letras a medida que se necesitara, por medio de matrices y en líneas enteras!" (63).

La linotipia funde lingotes de plomo en moldes de tipos en los que todas las letras pasan a formar una sola pieza para cada línea. Es una máquina rápida en tiempo para componer tipográficamente el original hasta lograr líneas enteras. La linotipia se vale del principio de las matrices circulantes; la matriz es un pequeño objeto de latón que en uno de sus lados tiene estampados uno o dos caracteres y en su parte alta tiene dientes distribuidores. El operador manipula el teclado de la máquina y --

---

(63) CURSO DE DIBUJO DE PUBLICIDAD Y ARTES GRAFICAS, p. 21

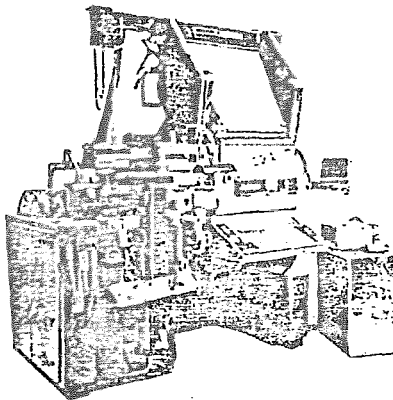
las matrices se reúnen formando una línea. Cuando ésta línea - está completa, las matrices vuelven automáticamente al almacén del que salieron y un lingote es expulsado del mecanismo fundidor de la máquina.

Para espaciar dos palabras el operador pulsa una tecla de bandas de espacio y cae en la línea una pieza en forma de cuña que se inserta entre las palabras. Cuando la línea es llevada a la parte de fundición de la máquina, las bandas de espacio - justifican<sup>\*</sup> el espaciamiento entre las palabras, de forma que - todos los espacios quedan de una misma anchura.

Cada línea terminada pasa por delante de un canal en el - que es vertido el plomo fundido. Al llenarse los huecos de las matrices se forma una línea que después de su enfriamiento y - desmolde se presenta una bandeja en la que se situarán ordenadamente todas las líneas de una página.

Las matrices vuelven a su sitio automáticamente y esto -- permite un funcionamiento continuo e ininterrumpido de la máquina.

\* Justificar= alinear a la izquierda o derecha del tipo.



## II ) La monotipia.

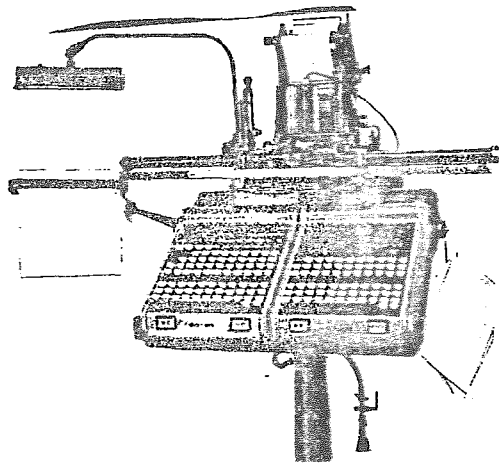
El sistema de composición de monotipia consiste en varias máquinas, cada una de las cuales desempeña una función determinada para la composición tipográfica.

El teclado primeramente está accionado por aire comprimido y perfora una cinta de papel haciéndole una serie de agujeritos a medida que el operador mecanografía el original en unos teclados dispuestos como los de las máquinas de escribir que todos conocemos. A medida que se van perforando los agujeros, la anchura de las letras va quedando registrada en una escala justificadora. La cinta va avanzando a medida que se pulsan otras teclas y se va sumando al total la anchura de cada uno de los ca-

racteres. Un timbre le advierte al operador cuando una línea - está casi completa.

La cinta perforada se acopla a la fundidora la cual produce, compone y justifica líneas de tipo en letras sueltas.

En la fundidora pueden variarse ligeramente el espaciado-entre letras. El espacio entre líneas se lleva a cabo fundiendo el ojo en una medida de algún cuerpo más grande. Las correcciones necesarias deben hacerse a mano.



MAQUINA DE MONOTIPIA

La ventaja de la monotipia es que no se tiene que refundir la línea entera para corregir un error, además que permite una impresión de mejor calidad que la linotipia.

### III) La fotocomposición.

Esta máquina prepara el texto a partir de una cinta perforada que contiene el mensaje correspondiente a cada página que debe ser fotografiada en la placa matriz. Esta placa es un montaje en el que se encuentran todas las letras de cada una de las páginas de la revista. Una vez impreso, se revela y queda la película del texto ya compuesto.

La impresión se lleva a cabo mediante el paso de un rayo de luz procedente de una lámpara que atraviesa el negativo contenido en la placa matriz o llamada también fuente.

### IV) Máquina de escribir IBM Ejecutiva eléctrica.

Básicamente su funcionamiento es similar al de cualquier máquina de escribir, salvo que contiene una memoria donde almacena un determinado número de caracteres. Para realizar el -- trabajo se fijan primero los márgenes y ancho de la columna de la que se va a reproducir el texto, esto se miden en cuadratines. Después se va copiando el texto hasta agotar la memoria; cuando esto sucede, debe reproducirse el texto en limpio, es decir, que cuando se va copiando el texto, los errores se corrigen por encima de la letra mal escrita, aunque quede amontonado y al pasarse en limpio, automáticamente queda la palabra bien -

escrita, y las líneas quedan justificadas. Esta reproducción queda ya lista para el montaje de los originales. El texto tipografiado queda de la siguiente manera:

El objetivo principal de la reunión del Grupo Contadora fue analizar los problemas de Centroamérica, ya que resolverlos representa mantener la estabilidad en el área.

Los presidentes de los países del Grupo, intercambiaron puntos de vista para buscar soluciones para evitar se suscite un conflicto armado; además sentaron las bases para futuras reuniones.

nes.

La función del Grupo es político-diplomática, y de esa manera sirve de muro de contención a los procesos que afectan el área además de buscar las bases vía el entendimiento para revertir este proceso.

Los avances que han tenido las gestiones del grupo, se pueden apreciar al ver que por primera vez, desde 1980, se reunieron los

cinco cancilleres de centroamericanos, con los del Grupo (lo que ha permitido diálogo y una comunicación a través de la cual se ha identificado los problemas de índole política, económica y social que afectan a la zona central).

Así mismo el

Esta máquina llamada también compossor únicamente reproduce textos entre 6 y 12 puntos.

### 13.- Leer el texto tipografiado y corregir errores.

La revisión y corrección de estilo del original deben hacerse de antemano, pero deben realizarse ciertas especificaciones para el que tipografía el trabajo. Tales especificaciones pueden ser las siguientes:

- \* anotar la clase de tipo a utilizar, esto es nombre, tamaño y espacio interlineado.
- \* La justificación en que se han de parar el texto.
- \* Las sangrías de los párrafos, los cuales se indican en cuadros.
- \* Para la composición que haya que destacarse, indicar si ha de ser centrada, corrida a la derecha o a la izquierda.

Las anotaciones de clase y tipo de letra deben hacerse en la parte superior del margen izquierdo de cada cuartilla.

Después de tipografiado el material se vuelve a corregir para asegurar que el original ha sido reproducido correctamente.

El corrector debe comprobar lo siguiente:

- \* La medida del tipo indicada en el original, comparándola con la del tipo de la composición.
- \* Comprobar la anchura de las columnas, la clase de tipo, el espacio interlineado, la grafía de todas las palabras y la división de las mismas.
- \* Que el estilo sea uniforme y corregir errores gramaticales.

Para marcar los errores que han de ser rectificadas, se deben hacer dos anotaciones: una al margen y otra en el texto. La primera indica qué corrección debe hacerse y la segunda, indica el lugar exacto de la errata.

14.- Realizar el original completo con texto y fotografías. La etapa final es el original para su reproducción, esto es, páginas terminadas que el negativero ha de reproducir.

La finalidad de esta forma, es lograr que el trabajo esté alineado con respecto a los bordes de la hoja que se ha de imprimir y que todos los elementos que integran la forma esté en posición correcta en relación con la plancha del impresor.



Las páginas de la revista se van montando, pegándose las galeras sobre los machotes, siempre y cuando se tenga el diseño preconcebido, así el resultado será exacto a como se tenía planeado en el domi original.

El diagrama de cada página ayuda a organizar el contenido de la misma, de ese modo el confeccionador colocará los textos y las fotos de acuerdo a los sitios que se hayan prefijado.

El confeccionador debe conocer de antemano el número de página y espacio previsto para la publicidad y fotografías, la altura y medida de los titulares, la longitud y número de columnas de todo el texto y la identificación clara del artículo, es decir, de la sección a la que pertenece.

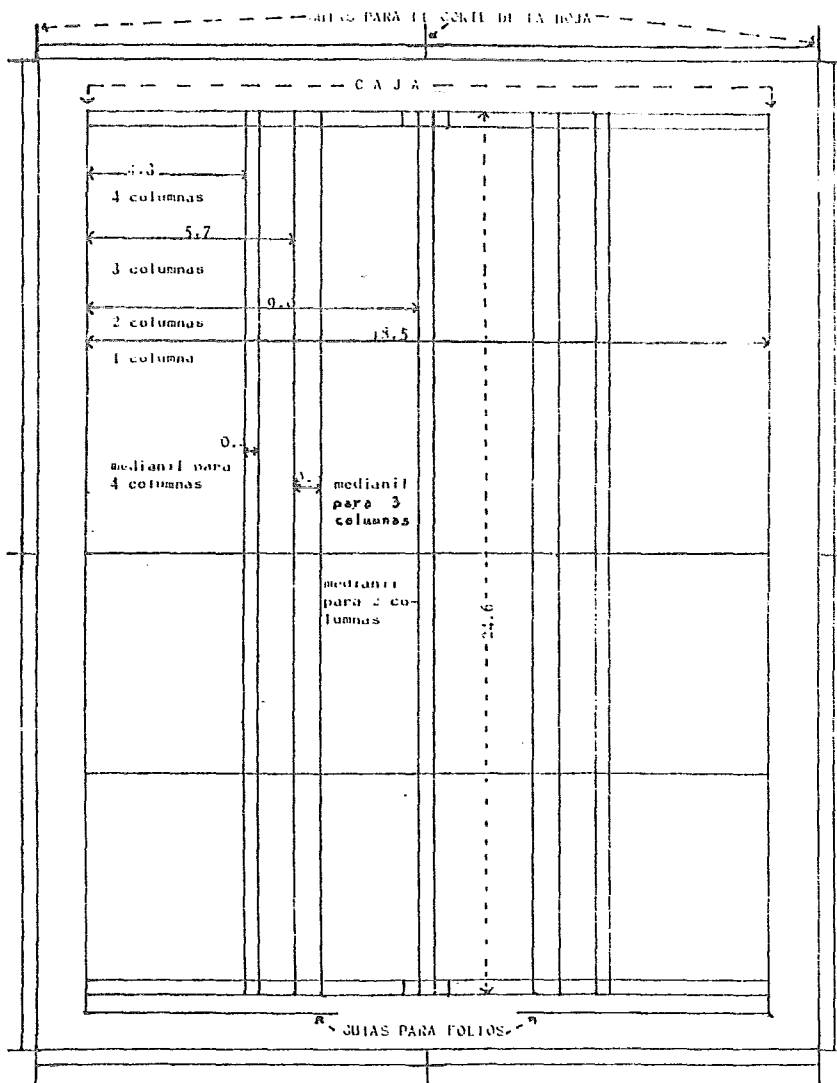
#### i) Proceso de montaje.-

Corte de texto.- La forma más fácil de hacerlo es marcando el texto con líneas guías azules (no reproducibles) que indiquen por dónde hay que cortar. Las líneas azules deben enmarcar los bloques de texto y rebazar los bordes de la prueba o columnas - en los cuatro ángulos.

Por el reverso de cada columna recortada se pone pegamento y después de secado éste, se pega en el lugar correspondiente. Es necesario cortar todas las columnas que van a formar un artículo, para que después de encementadas sea más fácil y rápido

do ir pegando todo el trabajo en los machotes.

Uno de los objetivos de este trabajo es que sea limpio y sencillo. El aspecto final del original para su reproducción es un signo del nivel profesional del artista gráfico.



EJEMPLO DE MACHOTE

#### D) IMPRESION.

El desarrollo material de la prensa ha estado estrechamente vinculado a la invención de máquinas que hicieron posible la producción de grandes páginas, el aumento del número de éstas y la impresión de ediciones completas a gran velocidad.

Fue a partir del invento de Gutemberg cuando los procedimientos de impresión han ido evolucionando grandemente, sobre todo ha contribuido al desarrollo de los periódicos y revistas.

##### a) La primer prensa en América.-

Fue en México donde se estableció la primer prensa en América en 1539, traída por el obispo Juan de Zumárraga y el virrey Antonio de Mendoza, siendo el primer impresor un hombre llamado Juan Pablos, quien logró como primer obra la impresión de libros de enseñanza para niños.

##### b) Procesos de impresión.-

"Imprimir es estampar tinta sobre papel, para cierta variedad de fines; se lleva a cabo valiéndose de varios procesos diferentes. La mayor parte de los trabajos de impresión de hoy

en día se hacen por uno de tres procedimientos principales: - tipografía, offset y huecograbado" (64).

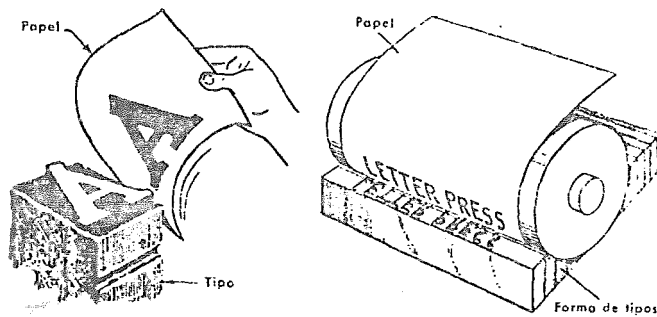
La característica de todo proceso de impresión es que implica una acción que consiste en la presión de dos medios, uno fluido, la tinta; y otro sólido, el papel; además de un efecto que es la unión de estos medios que da por resultado el papel impreso.

#### I) Impresión en relieve o tipografía.-

La tipografía tiene ya 500 años de antigüedad, habiendo sido llevada a cabo por primera vez en forma práctica por Gutenberg. En este proceso la estampación tipográfica se hace por medio de una superficie en relieve recortada o grabada en metal u otros materiales. La superficie de los tipos o ilustraciones en relieve sobresale por encima de la forma de tipos o del cuerpo de la plancha. Cuando dicha superficie se recubre con tinta y se le presiona fuerte y uniformemente contra el papel, el resultado es una estampación o impresión.

Entre otras características cuenta que los trabajos sin ilustraciones son más baratos de producir empleando el procedimiento tipográfico.

(64) Karch, OP. CIT., p. 15



## IMPRESION TIPOGRAFICA

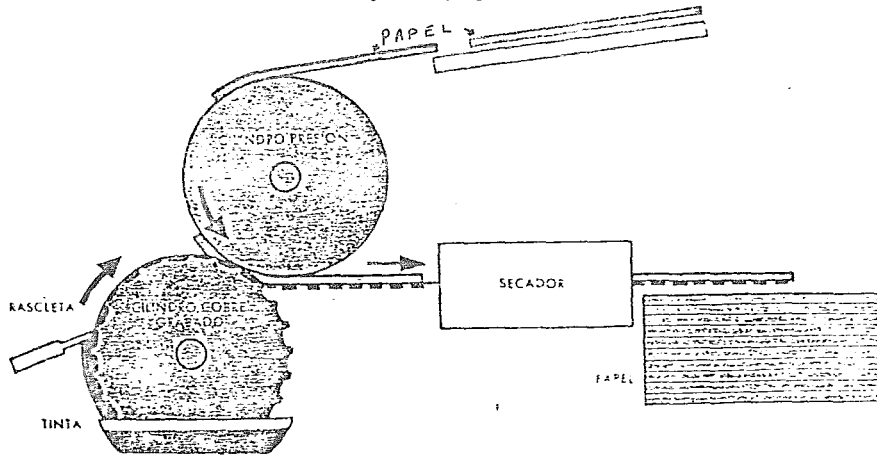
### II) Impresión en hueco.-

La invención de este proceso se atribuye al austriaco -- Karl Kleitsch en el año de 1879.

El término huecograbado significa recortado o vaciado, Es un procedimiento en el que la tinta que recubre las partes muy ligeramente sùmidas o recortadas de la superficie de un cilindro de cobre, se adhieren al papel el cual es entintada a una presión.

Una trama con puntos más pequeños o más grandes es lo que determina la cantidad de tinta que va a dar al papel y de ahí que el matiz sea más claro u oscuro en la impresión. El cilindro se entinta directamente por su parte inferior donde existe

una cuchilla que retira la tinta de la superficie de la parte lisa del rodillo, dejando solo la necesaria para los huecos. Cuando el rodillo grabado entra en contacto con el papel, la tinta sale de los huecos y se pega a éste.



IMPRESION DE HUECOGRABADO.

### III). Impresión plana u offset.

La litografía u offset fue inventada en 1796 por Senefelder, un dramaturgo de Munich.

La palabra litografía se deriva del griego lithos, piedra; y graphein, escribir; y significa escritura con piedra o sobre piedra. Consistía en que el dibujo que se iba a imprimir se dibujaba o calcaba en la piedra con una tinta grasa. Luego se em

papaba la piedra con agua y ésta se adhería a las partes no cubiertas por el dibujo. Después se entintaba la piedra y la tinta se pegaba solamente a la imagen y no a las partes impregnadas de agua.

Senefelder había descubierto el principio de la litografía sabiendo que la grasa y el agua no se mezclan. Entre los años 1881 y 1906 se creó la prensa litográfica offset. Esta nueva máquina lo que hacía es que la impresión en tinta se pasaba de una plancha que está ajustada en torno de un cilindro a otro recubierto de goma, que es el que realmente da la estampación al papel. Esta es la máquina que se sigue usando.

Para copiar el original sobre la plancha tanto los textos como las ilustraciones se obtienen previamente por un negativo fotográfico el cual tiene por objeto ser la prueba fotográfica de la página montada. El fotocromista recibe el original para su reproducción y lo envía primero al cuarto de cámara donde los elementos del original son fotografiados por una cámara de reproducción. Aunque dicha cámara está diseñada para fotografiar el material para reproducir, siendo su funcionamiento el mismo que el de una cámara simple: la luz que pasa por las lentes de la cámara crean una imagen en un negativo que se utiliza para hacer una copia positiva.

Esta cámara fotográfica distingue un original de línea y uno de tono continuo, pero el negativo final usado después -



para hacer las planchas de impresión, combina los dos elementos en una sola película.

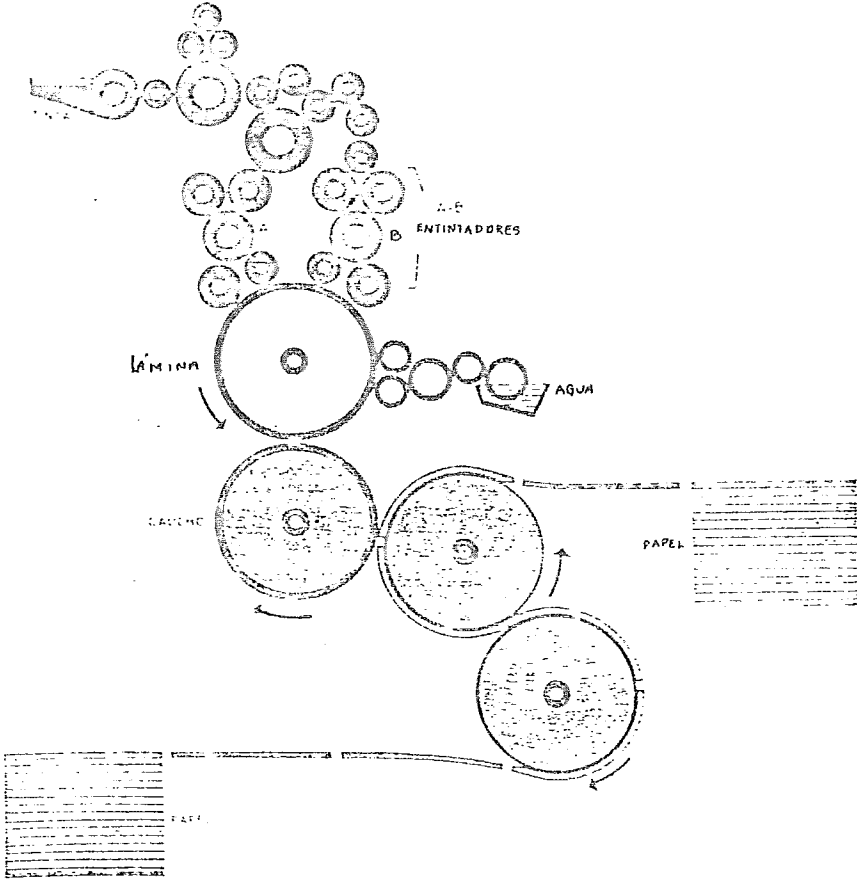
Se fotografía directamente el material línea, --que incluye texto y fotografías--, a partir del original para su reproducción.

Las ilustraciones de tono continuo se fotografían individualmente a partir de las fotografías o ilustraciones. Estas-- fotografías se toman a través de una retícula que descompone -- los tonos donde son transformados en puntos de trama.

El fotocromista transfiere las películas individuales al -- cuarto de montaje y aquí se combinan los elementos de acuerdo con el original. Toda esta película ya montada, es tratada muy elementalmente para obtener una copia o prueba para poder verifi-- car si todos los elementos están colocados correctamente. Cuando la película es revisada, el impresor graba químicamente la imagen de la película en la plancha, utilizando un procedimiento semejante al de la impresión de una película sobre papel fotográfico.

Se lava bien la lámina de imprimir y se transfiere a la sa la de máquinas donde se monta en la prensa de imprimir para la cual ha sido preparada la lámina. Se entinta y se hacen pasar -- las hojas o rollos de papel por la prensa y éstos son estampa dos por la superficie de la lámina entintada o por un rodillo de caucho que recibe la tinta de la misma.

TOMADERAS - DISTRIBUIDORES



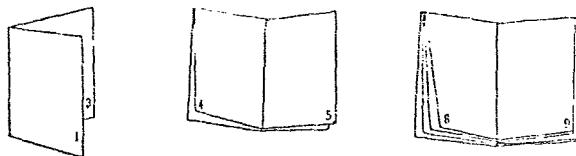
IMPRESION EN OFFSET

c) Imposición y acabados.-

"Imposición es el término que se aplica a la debida colocación de las formas de página... de manera que cuando se haga la impresión y se plieguen las hojas, cada una de las páginas esté en su debido orden" (65).

Cada sección o parte ya impresa se llama pliego, el cual puede ser de 4, 8, 16 o 32 páginas.

Las páginas de la revista se imponen de acuerdo con la forma en que se habrá de doblar el pliego. Si se le dobla a mano habrá de emplearse determinada imposición, que puede variar si el plegado ha de hacerse en una dobladora automática.



EJEMPLO DE IMPOSICION DE 4, 8 y 16 PAGINAS.

Muchas veces las revistas llevan un plastificado en sus forros para dar una mejor calidad de terminado.

(65) Karch, OP. CIT., P. 228

La misión del plastificado es aplicar una fina película plástica transparente para dar protección al papel de la portada, abriantándolo y realzando al mismo tiempo los colores del impreso favoreciendo así su presentación.

d) El papel.-

I) Su descubrimiento.-

Antes de que se inventase el papel, se utilizó en Egipto por espacio de varios miles de años, el papiro. Este hacía se con las delgadas membranas sacadas del tallo de una planta viz del mismo nombre, tras haberlas convertido en hojas. La palabra papel se deriva de papiro.

Fue el chino Tsai-Loun quien inventó el papel de lino en el año 105 de nuestra era, el cual era muy similar al que hoy usamos. Sin embargo el papel tuvo poco uso en el Viejo Continente hasta después de la invención de la imprenta, ocurrida en el año 1450. Y fue así como se estableció el primer molino de papel, en Inglaterra, por John Tate en 1494. Y hasta el año de 1804 fue cuando se empezó a fabricar el papel a máquina.

II) Fabricación actual del papel.

Los ingredientes del papel consisten en una variedad de fibras vegetales, las cuales se obtienen de maderas de varias-

clases: lino, cáñamo, algodón y de trapos y desperdicios de papel. Estos ingredientes se reducen a fibras muy pequeñas por medio de varios procesos en los que se emplean diversos agentes químicos para que el material se apelmace y entrelace como es debido. Estos procedimientos producen la pasta que se emplea en las máquinas que hacen papel. En estas máquinas la pasta se diluye en grandes cantidades de agua y se le hace circular en una fina malla continua de alambre. Dicha malla tiene un movimiento vibratorio a medida que van avanzando, y esto hace que las fibras se apelmacen y entrelacen. El agua se escurre y las fibras de la pasta van formando el papel.

Después la hoja de papel pasa por una serie de cilindros calentados por vapor, que lo secan, y dan el aspecto o acabado que el papel requiera. Posteriormente el papel se enrolla en enormes bobinas y más tarde se le corta al tamaño que se necesita.

Después de recubrir el papel con los ingredientes necesarios, se le saca brillo haciéndolo pasar por unos rodillos supercalandradores.

Se hacen diversas clases de acabado de papel para que éste se ajuste a los procedimientos de impresión: tipográfica, en offset y huecograbado.

Las marcas de agua que se ven a menudo en ciertos papeles se ponen en el papel mientras se encuentra todavía húmedo y

antes de calandrarlo, usándose para ello un rodillo especial.- Este consiste en una malla fina de alambre y en él aparecen -- las letras o dibujos en relieve. El dibujo es oprimido contra la hoja húmeda. Algunos papeles tienen "una cara llamada del fieltro y otra llamada de la malla, que pueden verse en los papeles no satinados cuando se les examina atentamente. La cara del fieltro es la mejor para la impresión..." (66).

### III) Medidas de papeles de impresión.-

En los países en que se emplea el sistema métrico decimal, las medidas corrientes de papel son las siguientes:

Papel para libros: 61 x 81, 57 x 87, 70 x 95 centímetros.

Papel para escribir: 57 x 87, 70 x 95 centímetros.

Cartulinas: 50 x 65, 57 x 72, 70 x 95, 77 x 110, 71 x 112 centímetros.

### IV) Calidades del papel de imprenta y su uso.

CLASE DE PAPEL	CALIDAD	USO
Antiguo	Contextura rugosa y abultada.	folletos y libros.
Biblia	Calidad fina, delgada.	biblias, enciclopedias.
		...

(66) Karch, OP. CIT., pp. 319 y 320.

CLASE DE PAPEL	CALIDAD	USO
Cartón grueso	formas troqueladas	carteles de aparadores, calcomanías, cajas y etiquetas.
Bond	fuerte, firme, preparado para que acepte tinta de escribir	papelería de negocios, libros y revistas.
Bristol índice.	acabado liso, tenaz y grueso, acepta la tinta de escribir.	tarjetas de fichero.
Bristol estucado	estucado, pesado, rígido.	impresión de medias tintas.
Bristol corriente	muy pesado	tarjetas postales, exhibidores.
Cuché	blanco y liso	medias tintas en impresos de propaganda, libros y revistas.
Acabado inglés	liso y calandrado	revistas, libros, catálogos.
Diario	acabado rugoso y gris.	diarios y hojas volantes.
offset	liso o estucado, rugoso.	folletos, libros.

## E) DISTRIBUCION.

La difusión o penetración es la distribución "en la zona geográfica en la que se vende y se lee la revista. Existen pocas publicaciones que tienen una difusión internacional, esto se debe muchas veces al contenido de la revista" (67). "Economía Nacional" se distribuye a todas las embajadas de México en el extranjero pues su contenido es de interés para ese sector.

El departamento de distribución es importante pues es la circulación la base de las ventas de la revista. Entre más ventas existan, es mayor la oportunidad de crecer; para esto se debe tener la certeza de que la revista sea impresa a tiempo, para que así su distribución sea también oportuna.

Suscripciones pagadas.- Las ventas se logran básicamente por las suscripciones y por la venta al público. Este tipo de suscripciones tienen dos ventajas, una, es que se trata de una venta segura y eso determina un tiraje seguro; y la otra, es que se paga por adelantado el importe anual. Para el lector este método de suscripciones le otorga un precio más bajo por ejem

(67) De Gregorio, OP. CIT., p. 114



plar y además de que los recibe en su domicilio.

Las entregas personales o de cortesía son envíos indispensables para alcanzar áreas de interés. Algunos socios del Colegio de Economistas o de la Liga de Economistas Revolucionarios reciben la revista gratuitamente, además de que se envía a algunas instituciones gubernamentales, de la misma manera.

La venta al público se realiza por intermediarios que son los expendios y voceadores. El envío implica gastos de transporte y de etiquetado, en la oficina de correos se mantiene una tarifa especial para estos envíos.

La tarifa postal vigente de 1985 establece lo siguiente:

Se cobra permiso para correspondencia registrada de segunda clase por 12 meses de \$

Régimen Internacional.

Los diarios y publicaciones periódicas con límite de peso hasta de un kilogramo, por cada 25 gramos, y de acuerdo a las siguientes zonas de destino, se cobra:

América del Norte, América Central y Antillas .....	\$
América del Sur .....	\$
Europa .....	\$
Africa y Cercano Oriente .....	\$
Asia y Oceanía .....	\$
Por los cupones de suscripción insertos en la revista .	\$

Régimen Nacional.

Los diarios y publicaciones periódicas registradas como co  
rrespondencia de segunda clase por pieza y por cada 500 grs. o -  
fracción se cobra \$

Por vía aérea, hasta 1 kg. \$

C A P I T U L O 5

IMPORTANCIA SOCIAL Y PERIODISTICA DE  
LA REVISTA ECONOMIA NACIONAL

## A) OBJETIVOS.

En un principio "Economía Nacional" funcionaba como un órgano perteneciente a la Asociación de Economistas al Servicio - del Estado y a la Liga de Economistas Revolucionarios. Se publicaba únicamente por el interés que tenían hacia ella los miembros de dichas agrupaciones, las cuales publicaban sus posiciones y síntesis de los actos y conferencias que ahí se realizaban.

Tratando de extender el interés por la revista, su director, miembro de dichos organismos, tuvo la idea de convertir a la revista en un vocero especializado con venta directa al público en general. De esa forma, aumentó su contenido editorial con información de la oficinas de prensa de las Secretarías de Estado, y mediante información de las embajadas de México en el extranjero.

En base a esto, el principal objetivo de la revista es recoger voces nacionales y extranjeras de los sectores público y privado para mostrar un panorama extenso de la economía que nos rige actualmente.

Dentro de la información del sector público se busca señalar lo que el gobierno realiza en el aspecto económico y político del país, partiendo de cualquier rama, ya sea financiera, internacional, etc.

dustrial, agrícola, etc. Contrastando con esto, el sector privado señala la situación y avances que se realizan para el progreso del país. Así se exponen ambas caras del desarrollo económico del país.

Otro de los objetivos de la revista es informar a los lectores y apoyar al mismo tiempo, toda actividad presidencial, - pues este es uno de los fines de las asociaciones antes mencionadas. En este caso la revista sigue manteniendo en cierto sentido su primordial objetivo es ser vocero de dichos organismos, sin dejar de ser ahora un órgano especializado en el ramo económico cuyo interés gira en torno a la propagación de las voces económicas y políticas de México y del extranjero.

#### B) CONTENIDO.

El contenido de la revista como ya se vió en el capítulo 3, consta de varias secciones que incluyen información nacional, extranjera, cultural y literaria. Los géneros informativos utilizados en su mayor parte son la nota informativa, el artículo y la entrevista.

La sección de mayor importancia es la nacional, que constituye un 70% del total de la revista. Incluye notas informativas - que corresponden a la sección de Noticias Económicas, y artículos y entrevistas forman el resto de la sección. En ella se - trata de abarcar toda la información de mayor interés para los-

lectores, se busca publicar los temas más relevantes que suceden en el país.

La sección internacional cubre aspectos de la situación política y económica de otros países. Dicha información proviene de las embajadas y de los colaboradores que se tienen en el extranjero. En su mayoría son artículos firmados los que se publican y en algunas ocasiones, son entrevistas.

El estilo que se utiliza en cada sección se respeta conforme al escrito del colaborador. En su caso, el redactor utiliza un estilo sencillo fácil de entender y la terminología debe ser comprensible y aunque no se tenga un conocimiento pleno del tema, la lectura se comprende en su totalidad.

### C) PENETRACION.

Puede afirmarse que la revista es relativamente nueva y el público apenas comienza a conocerla. Sin embargo en la actualidad, únicamente se ha podido vender la revista en algunos puestos de periódicos del área del centro de la ciudad y en muy pocas ciudades de la República.

En este sentido es necesario que se recurra a técnicas nuevas para lograr una mayor penetración y mantenerse a la altura de una competencia con las revistas especializadas del mismo tipo.

Al final de este trabajo, en las conclusiones, se proponen algunas medidas que posiblemente puedan lograr que la revista - logre un mayor número de lectores y así poder competir con cualquier revista especializada de ésta área.

## C O N C L U S I O N E S

1.- De los medios masivos de comunicación que existen en nuestros tiempos es la prensa la más desarrollada, ya sea periódico o revista, su importancia esta en que son constancias escritas que permanecen en manos de los lectores por un -- tiempo indefinido.

2.- La revista tiene dos funciones: una, la de ser una empresa comercial, y otra; la de ser una publicación impresa en un número determinado de ejemplares y con una periodicidad - regular.

La revista especializada tiene la ventaja de ofrecer a los lectores información de los temas que a ellos interesan. Así pueden encontrar diferentes artículos pero dentro de un mismo patrón periodístico.

3.- Economía Nacional es una pequeña publicación especializada - que aunque cuenta con solo diez elementos laborando en ella, funciona con todos los departamentos que una empresa periodística necesita. El reducido personal de la revista, no significa que ésta tenga poca importancia o que sea una publicación deficiente; sino que se ha demostrado



que con el mínimo personal necesario se puede obtener una revista de buena calidad tanto en el diseño como en el contenido.

- 4.- Cuando un nuevo lector toma en sus manos por primera vez la revista siente cierta impresión que suele ser definitiva para que él se interese en volver a leer la revista. Es por eso que tanto el aspecto periodístico como el técnico son fundamentales en toda revista.
- 5.- Es primordial que exista una buena organización jerárquica, de ese modo cada departamento debe cumplir con una tarea indispensable y necesaria para la creación de la revista.
- 6.- El departameanto de información debe seleccionar y recopilar correctamente la información , la cual busca en las diferentes fuentes informativas con que cuenta.
- 7.- El redactor necesita utilizar los distintos géneros periodísticos para lograr amenizar la revista y crear preferencias y no repulsos a la lectura de su totalidad. Por tal motivo el departamento de redacción debe elegir cuidadosa-

mente cada artículo a publicar y cerciorarse que su redacción final sea correcta, así como evitar los posibles errores ortográficos, pues esto es señal de una revisión inapropiada e incorrecta.

- 8.- Una confección planeada cuidadosamente , un orden, limpieza y presentación agradable; producen en conjunto un efecto muy recomendable a la vista.

Todas las páginas deben estar correctamente impresas así como la calidad del papel tiene que ser buena, pues si deja manchas de tinta en las manos, la persona que leyó la revista, inmediatamente pierde el interés en ella.

- 9.- Aquella persona que por primera vez quiera publicar una revista puede tener una idea mas clara al seguir cada uno de los pasos que aquí se proponen para lograr así crear un - órgano informativo bien organizado y accesible a los lectores.

- 10.- Para que la revista "Economía Nacional" tuviera una mayor penetración necesitaría en primer lugar, ampliar su campo de ventas, es decir, que se de a conocer en un mayor número de zonas tanto del D.F. como de provincia.

Esto se lograría por medio de la publicidad en radio, televisión y prensa; ya que existe una gran cantidad de personas interesadas en temas de este tipo.

En segundo lugar, se recomienda variar y recopilar - mayor información de temas de interés económico y social, y proponer soluciones a la problemática que surga de ellos.

Por último se aconseja que el número de reporteros se aumente , para que así se logre cubrir un mayor número de fuentes y eventos importantes.

# MEMOROTECA Y DOCUMENTACION

## BIBLIOGRAFIA

- 1.- Brewster, A.L. et. all. INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD, Ed. CECSA. 1980.
- 2.- Cebrián, Juan Luis. ¿QUE PASA EN EL MUNDO? LOS MEDIOS DE INFORMACION DE MASAS. Colección Salvat. Temas Clave # 55 Aula Abierta Salvat.
- 3.- Cervera, Ethiel. PUBLICIDAD LOGICA, 3a. ed.
- 4.- CURSO DE DIBUJO DE PUBLICIDAD Y ARTES GRAFICAS. Centro de estudios CEAC. 6 tomos.
- 5.- Crawford, PUBLICIDAD, Ed. Trillas, México 1979.
- 6.- De Gregorio, Domenico, METODOLOGIA DEL PERIODISMO. Ediciones Rialp, S.A. Manuales y Libros técnicos # 5.
- 7.- Demoney, Jerry, MONTAJE DE ORIGINALES GRAFICOS PARA SU RE-PRODUCCION. UN MANUAL PRACTICO. Ed. Gustavo Gilli, S.A. Barcelona, 1983.
- 8.- Dovifat, Emil Dr. Phil. PERIODISMO. Unión Tipográfica Ed. Hispano Amearicano, 1a. ed.
- 9.- Evans, Harold. DISEÑO Y COMPAGINACION DE LA PRENSA DIARIA. Ed. Gustavo Gilli, S.A. México, 1984.
- 10.- Fraser Bond, F. INTRODUCCION AL PERIODISMO. Ed. Limusa, México, 1978.
- 11.- Gaillard, Phillippe. TECNICA DEL PERIODISMO. Colección ¿Qué se? # 77, Oikos-tau, S.A. ediciones.

- 12.- Guajardo, Horacio. **ELEMENTOS DE PERIODISMO**. Ed. Gernika, Biblioteca del Periodista, Vol. 5, 3a. ed., Méx. 1978.
- 13.- Karch, Randolph. **MANUAL DE ARTES GRAFICAS**. Ed. Trillas, Méx., 1982.
- 14.- Klment, Stephen A. **CREATIVE COMMUNICATIONS FOR A SUCCESSFUL DESIGN PRACTICE**. Whitney Library of Design, Watson Guptill Publications, New York, 1979.
- 15.- Parramón, J, Ma. y Cantó, J. Ma. **ARTES GRAFICAS PARA DIBUJANTES Y TECNICOS PUBLICITARIOS**. Colección Aprender haciendo Grafismo.
- 16.- Pinto Mazal, Jorge. **REGIMEN LEGAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVA: LECTURAS BASICAS**. F.C.P. y S. UNAM Méx., 1977, Serie Lecturas # 5.
- 17.- Revista **ECONOMIA NACIONAL** de noviembre -diciembre de 1978 a diciembre de 1983.
- 18.- Reyes Ponce, Agustín. **ADMINISTRACION DE EMPRESAS. TEORIA Y PRACTICA**. 1a. y 2a. partes. Ed. Limusa, Méx. 1980.
- 19.- Robinson, Edwuard J. **COMUNICACION Y RELACIONES PUBLICAS** Ed. CECSA, 6a. imp. Méx. 1980.
- 20.- Rogers, Everett ,. **LA COMUNICACION EN LAS ORGANIZACIONES**. Mc. Graw Hill, 1a. imp. Méx. 1980.
- 21.- Rucker, Frank. W. y Williams Herbert Lee. **ORGANIZACION Y ADMINISTRACION DE PERIODICOS**. Ed. Marymar, Buenos Aires, 1977.
- 22.- Ruíz Castañeda, Ma. del Carmen y otros. **EL PERIODISMO EN MEXICO. 450 AÑOS DE HISTORIA**. UNAM ENEP Acatlán, 2a. ed., México, 1980.

- 23.- Sigal, León V. **REPORTEROS Y FUNCIONARIOS**, Ed. Gernika  
Biblioteca del Periodista, Vol. 1.
- 24.- Sutton, Albert A. **CONCEPCION Y CONFECCION DE UN PERIO-  
DICO**. Manual y libros técnicos # 1. Ed. Rialp, S,A,  
Madrid, 1963.