



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

LA PUBLICACION DE LOS SUPLEMENTOS
ESPECIALES DEL PERIODICO REFORMA

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A :

ARACELI GAMBOA HERNANDEZ



MEXICO, D. F. CIUDAD UNIVERSITARIA

279187
2000



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

“HAY HOMBRES QUE LUCHAN UN DÍA Y SON BUENOS, HAY OTROS QUE LUCHAN UN AÑO Y SON MEJORES, HAY QUIENES LUCHAN MUCHOS AÑOS Y SON MUY BUENOS, PERO HAY LOS QUE LUCHAN TODA LA VIDA: ESOS SON LOS IMPRESCINDIBLES”

BERTROL BRECHT

A mi Padre

Victor Gamboa Guarneros

Por ser el motivo de mi vida, la fuerza y valentía que me impulsa a seguir luchando, mi luz en la oscuridad, el brillo en mis ojos, a quien más amo en el mundo. respeto y admiro, por haberme enseñado a salir adelante, por el cariño que me ha dado, por ser mi papá...

A mi Abuelito

José Gamboa Alonso

Quien fue, es y será la inspiración de mi vida.

A mi Novio

Daniel Chavarria Teissier

Por ser parte fundamental en mi vida y en la realización de este trabajo, quien con su amor y paciencia me alienta a salir adelante día con día.

TE AMO

A mi Hermana

Paty

Por su dedicación y cuidados.

A mi Familia

Vero, Cano, Beto, Quique, Alfredo, Goyo, Diego, Abraham, Andrés y Victoria

Por su apoyo y confianza

GRACIAS

A mi Asesor

Prof. Carlos Castaño Amato

*Por su paciencia, dedicación, su apoyo incondicional y por sus sabios
consejos y enseñanzas.*

Mil Gracias

*A todos mis amigos por orientarme y ayudarme en la realización de este
trabajo y a todas aquellas personas que creyeron en mí.*

GRACIAS

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO 1 PERIODISMO	6
1.1.- BREVE HISTORIA DEL PERIODISMO	7
1.2.- PERIÓDICO REFORMA	15
CAPÍTULO 2 SUPLEMENTOS DEL PERIÓDICO REFORMA	37
2.1.- SUPLEMENTOS INSTITUCIONALES	40
2.2.- SUPLEMENTOS COMERCIALES	48
2.3.- SUPLEMENTOS ESPECIALES	53
2.3.1.- PUBLICACIÓN DE UN SUPLEMENTO ESPECIAL	59
A) ÁREA EDITORIAL	60
B) ÁREA COMERCIAL	63
C) PRENSA	68
D) CIRCULACIÓN	71
CONCLUSIONES	73
BIBLIOGRAFÍA	76

INTRODUCCIÓN

En México como en todos los países en vías de desarrollo, el periodismo impreso juega papeles muy importantes para la evolución cultural y social de los habitantes. Lo que ha llevado a que en los últimos años, la industria editorial mexicana se haya desarrollado de una manera vertiginosa, sobre todo en el área de publicaciones periódicas.

La Ciudad de México, cuenta con una amplia variedad de diarios que informan día tras día sobre los diferentes acontecimientos que ocurren tanto en el país como en el resto del mundo; pero que también ofrecen información específica de algún tema, acontecimiento o entretenimiento de interés especial para los diferentes tipos de lectores, que por su extenso contenido editorial no es posible publicarse dentro de alguna sección del periódico.

Por lo cual, algunos diarios han encontrado en los suplementos un medio de comunicación para poder ofrecer al lector mayor información del tema de su interés.

En este contexto, los suplementos especiales que se publican en el periódico **Reforma** me llevaron a la realización de este trabajo, en el cual describo, de acuerdo a mi experiencia laboral, todo el procedimiento que se lleva a cabo para la publicación de un ejemplar de este tipo. Sin embargo, para hablar de periodismo es necesario conocer un poco de los orígenes de esta ardua tarea, por lo que en el primer capítulo presento una breve historia del periodismo, desde que el hombre tuvo la necesidad de comunicarse con sus semejantes a través del lenguaje y posteriormente la escritura, hasta nuestros días, con el controvertido inicio del periódico Reforma. Así como también la organización e integración del mismo, el

cual se considera en la actualidad como el diario con más suplementos publicados que algún otro. Dichos suplementos son de diferente periodicidad (semanales, quincenales, mensuales, bimensuales, cuatrimestrales, semestrales, anuales y aquellos que son realizados una sola vez con motivo de algún evento que se considera especial), además de que son diferenciados por su contenido editorial y por su nivel de comercialización, tema que abordo en el segundo capítulo.

Además, en este capítulo describo paso a paso el procedimiento para la publicación de un suplemento especial del periódico **Reforma**, desde el momento en que surge la idea del tema que tratará el suplemento, sus características, su comercialización, la contribución técnica de los especialistas que realizan el impreso del ejemplar, hasta su distribución.

Como consecuencia del desarrollo descriptivo abordado en los diversos capítulos, a manera de conclusión, en la penúltima parte se incluyen algunas reflexiones y consideraciones personales del tema referido en este trabajo.

Finalmente, la bibliografía representa la base teórica e instrumental que fundamenta la elaboración de este trabajo, y a la cual se puede remitir para aclarar cualquier duda o profundizar en cualquier tema de los tratados.

CAPÍTULO UNO

PERIODISMO

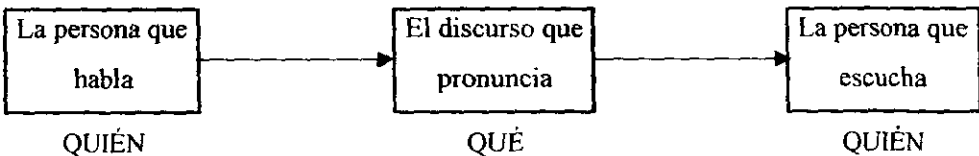
“El periódico es una fuente de consulta de verdadero valor, no sólo como almacén de material del que podrán valerse los historiadores del futuro, sino como prontuario viviente de la naturaleza humana. Nos lleva a todas partes. Nos dice todo.”

Fraser Bond

1.1.- BREVE HISTORIA DEL PERIODISMO

En el reino animal, el hombre es el único que ha podido traducir los sonidos a símbolos escritos. Al principio, el hombre se comunicaba con sus semejantes por medio de gestos. Después aprendió a hablar, a emplear palabras. Mas tarde, descubrió cómo convertir esas palabras en símbolos escritos, que otros pudiesen ver y comprender. Los arañó primero en cuevas y después los cinceló profundamente en columnas de piedra y en monumentos, y posteriormente los escribió en materiales ligeros y portátiles, tales como hojas-papiro que podían ser manejadas y enviadas de un lugar a otro.

“A pesar de que el acto de **comunicación** se dio desde muchos siglos antes, el primer intento por definir el proceso más elemental de este suceso se debe a Aristóteles hacia el año 300 a.C. y es el siguiente: *quién dice qué a quién*”.¹



Sin embargo, el periodismo comenzó cuando el hombre aprendió a escribir y “el periódico empezó cuando el hombre aprendió a escribir a intervalos regulares. Este elemento de periodicidad es la característica sobresaliente del diario, que lo coloca

¹ Carlos González Alonso. Principios Básicos de Comunicación, pág. 15.

en lugar aparte de simples escritos esporádicos, aunque algunos de ellos se refieran a asuntos del momento".²

El inicio del periodismo en México no se puede precisar con exactitud, ya que desde la época prehispánica se contaba con precarios medios de información que aunque mantenían a la población al tanto de ciertos acontecimientos, no gozaban ni de la generalidad, ni de la periodicidad que un diario requiere. Sin embargo, podemos decir que sus antecedentes inmediatos son los *Huehuetlatuli*, que contenían los discursos de los electores tanto del rey como del pueblo.

Las Cartas de de Relación de Hernán Cortés, escritas entre 1519 y 1526, inauguran todo un torrente periodístico que cuenta de antemano con una audiencia multitudinaria y expectante.

Por suerte la expedición a México, encabezada por Cortés, contaba también con un excelente cronista, verdadero corresponsal de guerra, don Bernal Díaz del Castillo, quien creó una narración apasionante que ha servido hasta nuestros días como la primera fuente histórica para el estudio de aquella campaña: *La Historia Verdadera de la Conquista de la Nueva España*.

Las primeras publicaciones que anteceden al periodismo mexicano están ligadas al temprano desarrollo de la imprenta. La primera en América se estableció en la Casa de las Campanas, fue la de Juan Pablos³, quien por encargo del arzobispo Fray Juan

² Fraser Bond. *Introducción al Periodismo*, pág. 49.

³ Carlos Alvear. *Breve Historia del Periodismo*, pág. 84.

de Zumárraga y el virrey Antonio de Mendoza, editó la *Escala Espiritual de San Juan Tlimaco* y los primeros libros de la Nueva España desde 1539.

El desarrollo de la prensa alcanzó otras ciudades como Puebla en 1649, Oaxaca en 1730, Guadalajara en 1792, Veracruz en 1794 y Mérida en 1813.

Se multiplicaron las *Hojas Volantes*, papeles impresos que exponían todos los acontecimientos del virreynato, así como noticias transcritas de los periódicos españoles y difundidas por viajeros recién llegados a Europa; se consideran como las primeras manifestaciones periodísticas de nuestro país.

Poco después aparece *El Mercurio Volante*, un folleto de noticias científicas que dirigía Bartolache, fue ya una publicación periódica. De igual manera surgió *La Gazeta* cuya temática se resumía a los sucesos de ese año, provisiones y mercedes de los reinos de España, Portugal y Nueva España.

El primero de enero de 1722 aparece *La Gaceta de México y Noticias de la Nueva España*, al conmemorarse dos siglos de la conquista de la Nueva España, fue dirigida y redactada por el sacerdote zacatecano Juan Ignacio María de Castorena y Ursua,⁴ y se imprimía cada mes. Fue éste el primer órgano de prensa a pesar de que solo hubo 6 números.

Juan Francisco Sahagún de Arévalo y Ladrón de Guevera⁵ editó *Mercurio de México*, segunda gaceta que apareció durante los años de 1728 a 1742. *Gaceta de*

⁴ Carlos Alvear. *Breve Historia del Periodismo*. pág. 86.

⁵ *Ibidem*. Pág. 86.

México fue la tercera publicada en 1784 por Manuel Antonio Valdés en tiempos del Virrey don Matías de Gálvez, la cual se transformó en 1810 a 1821 en *La Gaceta del Gobierno de México*.

A principios del siglo XIX Don Carlos María de Bustamante publicó a partir de 1805 el *Diario de México*, que sobrevivió hasta 1817.

En 1810, en plena guerra de Independencia, al ocupar Miguel Hidalgo la Ciudad de Guadalajara hizo fundar el 20 de diciembre el primer periódico insurgente⁶ *El Despertador Americano*, dirigido por don Francisco Severo Maldonado. Pero sin embargo al ser recuperada esta ciudad por los realistas, Maldonado asumió la jefatura de un nuevo diario *El Telégrafo de Guadalajara*, desde donde lanzó denuestos contra Hidalgo. Una vez caído el cura y en pleno auge de Morelos, José María Cos publicó en 1812 el *Ilustrador Nacional* con tinta de añil y tipos de madera, pero cambió pronto su nombre por *El Ilustrador Americano* que cobró gran importancia y circuló en buena parte del territorio de la Nueva España.

De la misma época de la lucha insurgente puede mencionarse una serie de periódicos de mayor o menor importancia como: *El Juguetillo*, *El Verdadero Ilustrador*, *El Juguetón*, *El Amigo de la Patria*, *El Censor Extraordinario*, etcétera.

José Joaquín Fernández de Lizardi dio vida a *El Pensador Mexican*.⁷ Por su parte Don Carlos María de Bustamante, unido ya a Morelos publicó el último diario de la época *El Correo Americano del Sur*. De la época de Mina puede citarse el *Boletín*

⁶ *Ibidem*. Pág. 138.

⁷ *Op.Cit.* Pág. 139.

de la División Auxiliar de la República Mexicana. Tiempo después, ya en la etapa final de la guerra de independencia y luego de la proclamación del Plan de Iguala por Iturbide, apareció *El Diario Político Militar Mexicano* redactado por Lizardi.

Iturbide es el primero en reconocer la influencia que ejercía la prensa en la opinión pública y con el fin de difundir El Plan de Iguala ordenó a José Manuel de Herrera que editara un nuevo diario, *El Mexicano Independiente*⁸. En la misma línea se publicaron en 1823 *El Ejército Imperial de las Tres Garantías* y *La Gaceta del Gobierno de Guadalajara*.

Asimismo, por esas fechas apareció *La Abeja Poblana*, importante semanario por haber tenido el valor de publicar el Plan de Iguala cuando la Angelópolis se encontraba aun en poder de las tropas virreinales.

A raíz de la consumación de la independencia el periodismo mexicano de tipo político alcanzó enorme auge. Así, en tanto que *El Farol* vio la luz para ensalzar a Iturbide, *El Sol* se dedicó a combatirlo. Los federalistas yorkinos fundaron *El Aguila Mexicana* y otras publicaciones, y para contrarrestarlos salió *El Observador de la República Mexicana* esto, tres años más tarde de la instauración del sistema federalista.

Una prensa múltiple de todo tipo se desbocó en los años siguientes en el marco de la lucha entre centralistas y federalistas, a grado tal, que sólo en la Ciudad de México había 68 periódicos en 1835, en tanto que en los estados se elevaba a 45. Periódicos

⁸ *Ibidem*. Pág. 139.

de aquellas fechas fueron entre otros *El Federalista*, *El Correo Semanario*, *El Ateneo Mexicano*, *El Duende*, *La Opinión*, *El Conciliador* y muchos más.

El Siglo XIX fue uno de los periódicos más importantes que ha existido en México, aunque apareció y desapareció varias veces prolongó su existencia hasta 1896, publicado por don Ignacio Cumplido, de igual importancia fue *El Monitor Republicano* que apareció en 1844 a merced de Vicente García Torres y el cual fue un innovador del diarismo mexicano, pues trataba de política, literatura, comercio, sociología y poesía.

Aparecieron también por esos años *El Tiempo* de don Lucas Alamán y don Ignacio Aguilar y Morocho, y *El Católico*, del padre Bacilio Manuel Arrillaga. Tras la desastrosa guerra con los Estados Unidos que costó a México la pérdida de más de la mitad de su territorio, apareció en la capital, en 1848 de *American Star*, órgano del gobierno norteamericano y fue el primer periódico en inglés publicado en nuestro país; *La Patria* de filiación católica, *El Observador Católico*, *La Voz de la Religión* y *El Universal* que concluyó en 1855.

La lucha ideológica de liberales y conservadores se manifestó en la prensa durante la década de 1850 a 1860, y en la última dictadura de Santa Anna la libertad de prensa fue restringida. Sin embargo, fue restablecida por la Constitución del 5 de febrero de 1857 en su artículo 77.

Iniciada la guerra de tres años, es el *Diario de Avisos*, el órgano oficial del gobierno conservador que desapareció a principios de 1861 al triunfo liberal. De esa época

son *La Orquesta*, periódico liberal de Casarin y Escalante, y *La Sociedad*, partidaria de la monarquía, además de *El Cronista de México* de José Sebastián Segura y Vicente Reyes. *El Diario del Imperio* órgano oficial del gobierno de Maximiliano y *El Pájaro Verde*.

Por otra parte, con el triunfo de la república en 1867 reapareció *El Monitor Republicano*, por esos años los periódicos fueron sumamente numerosos y diversificados. En 1871 se importó maquinaria tipográfica moderna y en consecuencia el periodismo alcanzó nuevas formas. Aparecieron así *El Federalista*, de Manuel Gutiérrez Nájera y Justo Sierra, y tiempo después el diario católico *La Voz de México*. *La Prensa* fue elaborada por Don José María Vigil y Juan de Dios Pesa, *El Diario del Hogar* fue de Filomeno Mata, *El Mundo* fue el primer periódico vespertino, y *El Tiempo* que fue editado por don Victoriano Agüeros.

En plena época porfiriana don Trinidad Sánchez Santos publicó el diario católico *El País*, y de filiación porfirista publicó don Rafael Reyes Espíndola *El Imparcial*. Entre los diarios de tendencia porfirista sobresalió *El Hijo del Ahuizote* de los hermanos Flores Magón.

Para 1905 la empresa periodística había alcanzado un enorme desarrollo. En 1916 el constituyente Félix Palavicini fundó *El Universal* con una notoria influencia norteamericana, y en marzo de 1917 nació el diario *Excélsior* fundado por don Rafael Alducin. Estos periódicos tomaron el mismo bando aliadófilo durante la primera guerra mundial; mientras que *El Demócrata* de Rafael Martínez "Rip Rip" adoptó la bandera de los imperios centrales.

En enero de 1936 *El Excélsior* fundó *Últimas Noticias* el cual compitió en la hora de los vespertinos con el diario *P.M.* fundado en 1935 por don Ignacio Herrerías que para 1939 éste se convirtió en matutino bajo el nombre de *Novedades*.

En los años siguientes se han fundado diversos diarios como *Ovaciones*, *Diario de México*, *El Herald*, *El Día*, *El Sol de México*, *Uno más Uno*, *La Jornada*, *El Financiero*, *El Economista* y muy recientemente el 20 de noviembre de 1993 el periódico *Reforma*.

Sin embargo, cabe señalar que posteriormente, el 5 de diciembre de 1997, salió a la circulación el diario *Metro*, que como hermano del *Reforma*, se dirige a toda la población.

1.2.- PERIÓDICO REFORMA

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Cuando la Ciudad de Monterrey tenía apenas 140 mil habitantes, los medios de comunicación eran escasos y esto era la causa de que la industria y el comercio no alcanzaran un buen nivel para extenderse por todo el país.

Fue entonces cuando en **1922** surge el diario *El Sol* de edición vespertina, ayudando enormemente al crecimiento de la industria y el comercio.

Tiempo después *El Sol* tuvo un hermano, éste es *El Norte* de edición matutina, que surgió el **15 de septiembre de 1938** haciendo un nuevo concepto del periodismo en Monterrey.

Don Rodolfo Junco de la Vega, Fundador y Director General de los periódicos *El Sol* y *El Norte*, concibió la idea de un periodismo independiente y defensor de los derechos humanos. Tal filosofía, después de cinco décadas de intenso trabajo, sigue vigente en cada línea que es impresa por un competente equipo humano y técnico, siguiendo los principios establecidos por el fundador.

A través de los años, este tipo de periodismo veraz y oportuno, día con día ha proyectado a Monterrey la realidad de los acontecimientos locales y mundiales, así como internacionales.

En **1962** y en **1991**, *El Norte* obtuvo el **María Moors Cabot**, premio otorgado por la Universidad de Columbia de los Estados Unidos, por su labor en pro de la amistad y comprensión internacional en América.

En **1969**, le otorgaron la presea internacional de la **ANPA**, premio mundial conferido anualmente por la Asociación de Editores de Periódicos de Estados Unidos, siendo México el primer país fuera de Norteamérica en recibirlo. Fue merecedor de éste por sus contribuciones a la comunidad y a su país en favor de los derechos de los mexicanos pobres, además de ser un periódico independiente y valiente por haber enfrentado a los gobiernos municipales, estatales e incluso federales demandando una mejor administración pública.

En **1964**, el **Mergenthales** le fue otorgado por la **Sociedad Internacional de Prensa (SIP)** por la labor realizada. Hacia **1976**, esta distinción es otorgada nuevamente, por las excelentes fotografías exclusivas para este medio.

En **1981**, recibió el **Teponaxtli de Malinalco**, premio que se otorga como el único en Publicidad de manos de la **ANP** (Asociación Nacional de Publicidad), por sus méritos en el área publicitaria.

El Norte también ha sido reconocido internacionalmente por la Sociedad Interamericana de Prensa con el premio *Pedro Joaquín Chamorro* en los años **1985, 1987 y 1988**.

En **1985** fue distinguido en la categoría de *servicio comunitario* por una serie de artículos de carácter social.

La revelación de un nuevo jet presidencial que estaba siendo acondicionado en Dallas, Texas, le valió una premiación en **1987** en la categoría de *reportajes de investigación*.

En **1988**, *El Norte* fue premiado por la *SIP* tras una serie de artículos que exponía la contaminación de basureros tóxicos en el estado y la cobertura de las elecciones de ese año en donde exhibió pruebas contundentes de anomalías electorales.

La *SIP* otorgó a *El Norte* en **1989** un premio en la categoría de servicios comunitarios por una serie de reportajes tendientes a renovar la cara del centro de la Ciudad de Monterrey y por sus artículos para dotar a las escuelas de mejor mobiliario. En **1990**, de nuevo la *SIP* distinguió a *El Norte*, esta vez por una serie de encuestas y reportajes realizados en Cuba.

En **1992**, la *SIP* premia doblemente a *El Norte*; uno, por la serie de reportajes sobre los barrios de droga y muerte; y dos por los artículos sobre los reos condenados a muerte, ambos en los E.U. A.

En Diseño, la *Society of Newspaper Designin (SND)* ha distinguido a *El Norte* por su innovación gráfica durante los años 1985 al 1992.

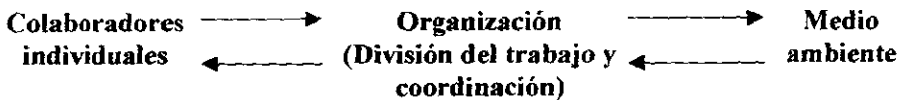
En este orden, el 20 de noviembre de 1993 y siguiendo los mismos conceptos de *El Norte* en diseño y contenido editorial, el licenciado Alejandro Junco de la Vega González fundó en la Ciudad de México el periódico **Reforma**. Su publicación provocó una confrontación con el gremio de voceadores, el cual intentó bloquear su distribución al tratarse de un día no laborable, por tal motivo el periódico se colocó para su venta en lugares cerrados y por parte de microempresarios en diferentes puntos de la Ciudad. Además, diversos sectores de la sociedad como escritores, artistas, deportistas, políticos, ejecutivos y empleados del propio periódico salieron a las calles a promover, difundir y vender este diario que acababa de nacer en la Ciudad de México.

ORGANIZACIÓN

Después de seis años de publicarse este diario, sigue teniendo aceptación entre la sociedad, pero esto no podría llevarse a cabo si no contará con una buena organización que sustente todo el trabajo. Lo anterior se deriva de que en cualquier organización se tiene la labor principal de estructurar y clasificar el objetivo u objetivos centrales que dirigen las transacciones de la organización con su ambiente, ya que como bien lo señalan Paul Lawrence y Jay Lorsch en su libro Desarrollo de Organizaciones: Diagnóstico y Acción, *“una organización es la coordinación de actividades diferentes de colaboradores individuales para llevar a cabo*

transacciones planeadas, con el ambiente".⁹ Y de acuerdo a este concepto, el término *actividades diferentes* se refiere a la idea tradicional de la división de trabajo, es decir si varios individuos trabajan en una empresa en forma organizada, de alguna manera deberán de dividirse las actividades coordinadamente, ya que toda organización debe tener armonía para poder cumplir sus fines u objetivos principales; además debe contar con algunos sistemas de comunicación y toma de decisiones. Las diferentes personas que colaboran en una institución o empresa (organización) tienen distintos grados de interés personal, acerca de si la organización como un todo tiene éxito en sus transacciones con el ambiente, hasta el punto de generar un superávit de recursos y así poder crecer.

Lo anterior se puede ejemplificar de la siguiente manera:



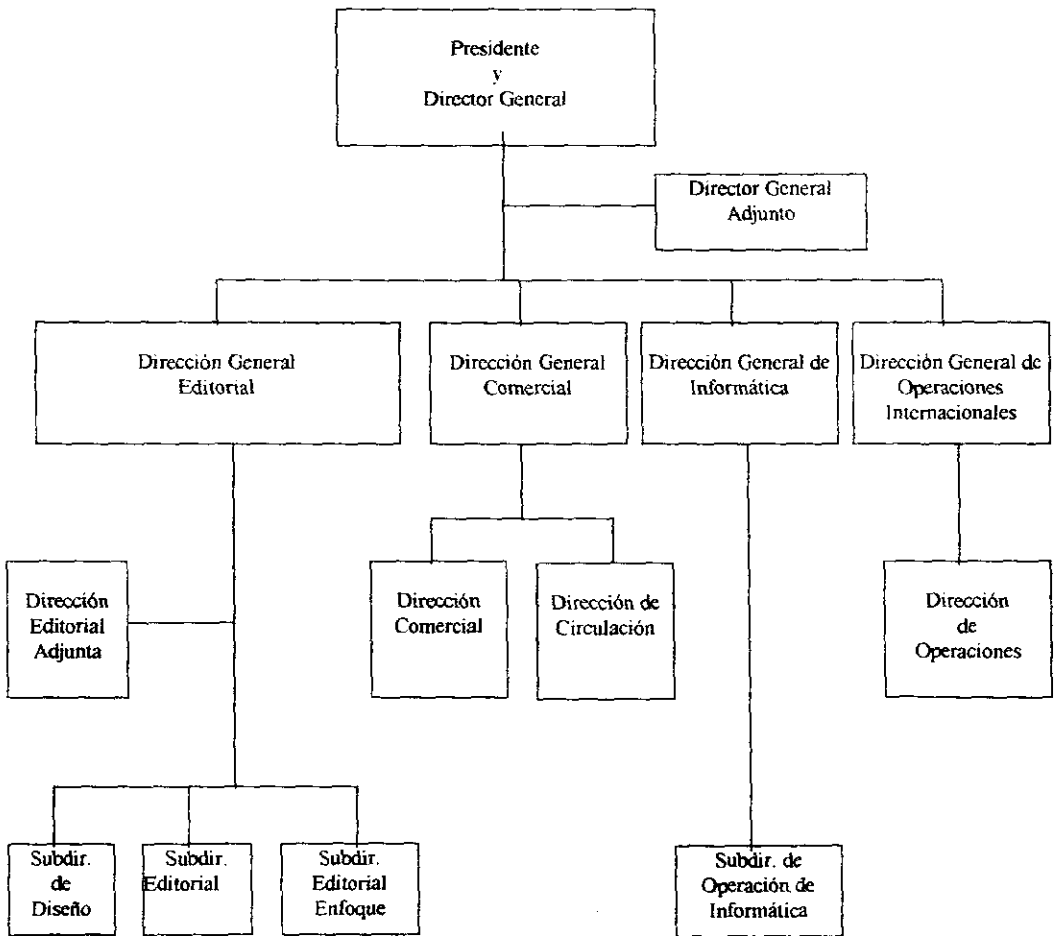
** las flechas indican que el impulso o propósito proviene de los colaboradores individuales, y que es cumplido completamente sólo cuando se realiza transacciones favorables con el ambiente.*¹⁰

De acuerdo con esto y con el organigrama que a continuación se presenta, el periódico **Reforma** se ha mantenido en los primeros lugares dentro de la prensa nacional y ha logrado cumplir coordinadamente con sus objetivos.

⁹ Paul Lawrence y Jay Lorsch. Desarrollo de Organizaciones: Diagnóstico y Acción. pág. 3

¹⁰ *Ibidem*. Pág. 4.

Organigrama del periódico Reforma



OBJETIVOS DEL PERIÓDICO

El periodismo es una forma de comunicación colectiva que se caracteriza especialmente por su actualidad, variedad, interés y permanencia de los mensajes; comprende también las relaciones públicas, la publicidad, la propaganda y toda otra forma de transmisión de mensajes de especial interés en el proceso de difusión que orienta hacia el cambio social.

Schramm, Nixon y Beltrao tratan las características del periodismo, diferenciándolo de otras formas de comunicación.¹¹

SCHRAMM	NIXON	BELTRAO
<i>Escalas para diferenciar la naturaleza de los canales</i>	<i>Características de las noticias</i>	<i>Atributos del periodismo</i>
Espacio-tiempo	Actualidad	Actualidad
Participación	Proximidad	Variedad
Rapidez	Consecuencia de los acontecimientos	Interpretación
Permanencia	Dosificación de los rubros de la información	Periodicidad
	Interés humano	Popularidad
		Promoción

¹¹ Antonio Menéndez. Comunicación Social y Desarrollo, pág. 53.

Reforma, como todo periódico moderno tiene cuatro objetivos centrales que justifican su existencia:

1. **Para informar:** proporcionando al receptor (lector) los acontecimientos que le pueden afectar directa o indirectamente y que revisten diferentes grados de interés.

2. **Para interpretar:** a través de los diversos géneros periodísticos que componen este objetivo central, el periódico expone los hechos a juicio de los periodistas, editorialistas y cronistas.

3. **Para servir:**
 - a. a la población, al vigilar con espíritu crítico al gobierno y a los servicios públicos.
 - b. al lector, al suministrar información acerca de la salud, la educación, los problemas del hogar y de la familia.
 - c. al anunciante, al lograr la reunión del vendedor y comprador en sus columnas de anuncios, tanto clasificados como los desplegados.

4. **Parta proporcionar entretenimiento:** como gran cantidad de material que entre su contenido distrae y divierte al lector, destacando las secciones dedicadas a diversas aficiones y las destinadas a recrear.

Reforma, como medio periodístico puede permanecer en poder del público indefinidamente, ya que como toda publicación impresa puede conservarse en casa, en una biblioteca, en un archivero o en una hemeroteca para su consulta posterior, sin que se requiera la tecnología audiovisual que exigen los medios electrónicos, ya que como asienta Fraser Bond en su libro Introducción al Periodismo, *“el periódico es una fuente de consulta de verdadero valor no solo como almacén de material del que podrán valerse los historiadores del futuro, sino como prontuario viviente de la naturaleza humana. Nos lleva a todas partes. Nos dice todo”*.¹²

El periódico **Reforma** es un diario matutino cuyo compromiso es con la verdad y con los que creen en ella, e intenta atraer al público lector de todas las edades. Es un periódico independiente, con notas cortas, calidad en el diseño e impresión, seccionado, con firmas reconocidas y dirigido a toda la familia.

INTEGRACIÓN DEL PERIODICO

La misión esencial de un periódico y en términos más generales, de una publicación de cualquier género es informar. No importa que esta información surja de la referencia de un hecho baladí o de los detalles de un acontecimiento más importante. No interesa tampoco si se da cuenta escuetamente del hecho o si alrededor del hecho se introduce apreciaciones de tipo subjetivo. La finalidad es siempre informar, dar noticia de algo, llevar al conocimiento de otros un hecho o las

¹² Fraser Bond. Introducción al Periodismo, pág. 235.

causas o consecuencias del hecho. La intención, es difundir con ánimo de convencer al destinatario, vendiéndole una verdad al que compra y lee, ya que está ansioso por conocer la noticia, para tal fin *“el periodismo se ejerce a través de variadas formas de expresión denominadas géneros.”*¹³

Los géneros periodísticos que maneja **Reforma** se diferencian entre sí por el carácter informativo e interpretativo de sus contenidos. Dichos géneros se definen a continuación con base en algunos autores como Vicente Leñero, Carlos Marín, Jorge Calvimontes:

- I. Informativos:
 - a) **Noticia o nota informativa:** es el género fundamental del periodismo, el que sustenta a todos los demás y cuyo propósito es dar a conocer los hechos de interés colectivo. Debe redactarse sin interpretar, ya que el periodista se atiene a la veracidad y a la oportunidad de dar cuenta de los hechos, sea o no de su agrado. Está estructurada a partir de la respuesta de las siguientes preguntas: quién, qué, cuándo, dónde, por qué y cómo.
 - b) **Entrevista:** es la conversación que se realiza entre un periodista y un entrevistado, entre un periodista y varios entrevistados, o entre varios periodistas y uno o más entrevistados. Mezcla las impresiones y la descripción del reportero con los comentarios hechos por el entrevistado.

¹³ Vicente Leñero y Carlos Marín. Manual de Periodismo. pág. 39.

c) **Reportaje:** es el más amplio de los géneros periodísticos, en el se incluyen prácticamente los demás géneros. Se realiza para ampliar, complementar y profundizar en la noticia, para explicar un problema, plantear y argumentar una tesis o narrar un suceso, es decir, el reportaje investiga, describe, informa, entretiene y documenta.

2. Interpretativos: a) **Artículo:** este género es subjetivo, en el, el periodista puede exponer sus opiniones y juicios sobre:

- las noticias más relevantes e importantes (artículo editorial).
- Aspectos relacionados con la política, la economía y los problemas sociales o culturales, aunque no necesariamente sean de actualidad inmediata (artículo de fondo).

b) **Editorial:** es el género que resume la posición ideológica de cada empresa informativa frente a los hechos de interés colectivo.

c) **Crónica:** Es la narración de un acontecimiento, en el orden en que fue desarrollándose. Además transmite

información, expresa las impresiones del cronista, es decir, más que tratar la realidad, este género se emplea para recrear la atmósfera en que se produce un determinado suceso.

- d) **Columna:** trata con brevedad uno o varios asuntos de interés, aparece con una fisonomía, con una presentación tipográfica constante y además su nombre es invariable.

De acuerdo a estos géneros, reporteros, redactores, editores, etc., hacen posible todo el contenido informativo de un periódico, el cual está seccionado por temas y espacios específicos que permiten al lector a encontrar la información que más les interesa. En este sentido y particularizando, **Reforma** está integrado por ocho secciones básicas: Nacional (Reforma), Internacional, Negocios, Ciudad, Cultura, Deportes, Gente, y Empresas y Negocios en Expansión, además secciones que se tienen programadas para salir una vez a la semana: Buena Mesa, Moda, De Viaje, Interfase, Lunes Deportivo y Automotriz. Estas secciones las describiré a continuación de una manera breve para que se conozca el contenido que tratan:

BÁSICAS:***Sección "A" (Diaria)***

Nacional: La sección nacional del periódico Reforma como objetivo primordial se encarga de informar sobre el acontecer político, social y judicial del país. En las planas nacionales se encuentra la información generada día con día desde los tres poderes de la Unión, tanto las actividades en la Presidencia de la República, como en las Cámaras de Diputados y Senadores y en la Suprema Corte de Justicia de la Nación.

Pero no sólo eso, también cuenta con información exclusiva y puntual de ámbitos tan diferentes como las Secretarías de Gobernación y de Relaciones Exteriores, partidos políticos, iglesias y derechos humanos, fuerzas armadas, procuración de justicia, guerrillas, ecología, educación y ámbito laboral.

Además, la Sección nacional incluye reportajes, entrevistas y crónicas sobre los principales acontecimientos.

Reforma redondea su oferta informativa con un equipo de diseño reconocido internacionalmente entre los mejores del mundo y un equipo de reporteros gráficos de probada calidad.

Además, en sus planas editoriales contiene una pluralidad de opiniones sobre el acontecer nacional, como la columna permanente de Miguel Angel Granados Chapa y la colaboración de destacados cronistas, así como un espacio para la opinión del lector.

Internacional: Una de las características fundamentales de esta sección, es su gran capacidad para reaccionar a los acontecimientos mundiales. La información que presenta siempre es concisa y va directamente a lo que el lector quiere saber. Apoyos de gráficos y fotografías ofrecen un acercamiento más directo a los hechos. Los análisis que se presentan, realizados por especialistas en esos asuntos, le dan a los lectores la posibilidad de comprender el acontecimiento a partir de su historia y sus perspectivas.

Negocios (lunes a viernes): En esta sección se encuentra una amplia cobertura de las noticias económicas, financieras y corporativas que impactan al mundo de negocios.

Un equipo de reporteros, redactores, diseñadores y editores prepara y elabora la información que se recibe diariamente sobre los mercados financieros; la economía; las operaciones de pequeñas, grandes y medianas empresas; las finanzas; el desarrollo económico nacional e internacional.

Existen reportajes y entrevistas de fondo en los que se tratan a profundidad diversos aspectos de la realidad económica de México. Asimismo, cuenta con la publicación de "Lo mejor de Wall Street Journal Americas" en español, con textos que aparecen el mismo día en su edición en inglés. Se puede consultar la columna de cápsulas "What's News" para enterarse de las noticias más importantes del mundo de los negocios, así como de la economía de Estados Unidos y el ámbito internacional.

Sección "B" (Diaria)

Ciudad: Para quien vive o se interesa por saber lo que sucede en la Ciudad de México, introducirse en las páginas de Ciudad representa tomarle el pulso a la capital, saber lo que pasa en sus ámbitos legislativos, lo que experimentan sus habitantes, los caprichosos cambios de las condiciones ambientales, o reconocer en cada imagen fotográfica los lugares donde un suceso originó la noticia.

Esperanzada en los cambios políticos que la perfilan hacia el nuevo milenio, entristecida unas veces y preocupadas otras tantas la población metropolitana tiene en esta sección los más diversos matices noticiosos, que hace que el lector se sienta atraído de una manera o de otra por la panorámica informativa.

Como en la Ciudad, a pesar de todo, también se ríe, Germán Dehesa es la mejor opción para reflexionar sobre los temas de mayor actualidad, y compartir con él su concepto del buen humor, expuesto en la Gaceta del Ángel con la frescura de lo casual.

Sección "C" (Diaria)

Cultura: Del ensayo filosófico y el poemario, a la puesta en escena y las artes plásticas, el hombre de hoy y de todos los tiempos ha buscado en las manifestaciones de la Cultura una respuesta de las preguntas que lo inquietan.

Informar sobre los caminos que toman y han tomado esas explicaciones fundamentales de las metáforas sin metáforas; de las corrientes del pensamiento sin dejarse arrastrar por una de ellas; de las escuelas sin caer en el salón de clases; de lo cotidiano, en fin, sin enfrascarse en la rutina.

En esta sección se reflejan las inquietudes de los diferentes grupos de la sociedad que viven sus tradiciones y constantemente inventan códigos y paradigmas.

Por vocación, este esfuerzo no puede quedarse en las fronteras nacionalistas: el espíritu universal de la cultura y las nuevas tecnologías hacen indispensable indagar sobre las manifestaciones de

otras latitudes, para que al recorrer la sección, el lector se vea reflejado en ella, pero no sólo, sino junto a sus tan diferentes- y esencialmente iguales- congéneres.

Sección "D" (Diaria)

Deportes: Reforma tiene en esta sección las imágenes, crónicas, entrevistas y diseño, que complementan al lector su visión del campo de juego.

Deportistas mexicanos y extranjeros que con su desempeño se convierten en noticia, tienen contacto con los lectores para mostrar, entre otras facetas, el destello de la victoria o la cara de la derrota.

Páginas especializadas con cifras de la Liga Mexicana de Béisbol, NBA, NFL, Fútbol.

Deportes, cuenta además con el respaldo de un destacado equipo de columnistas, que aportan su punto de vista y dejan al lector la decisión final en la polémica.

Sección "E"

Gente! (Diaria): Se considera la sección de las celebridades, sigue constantemente la huella de los artistas nacionales y del jet set internacional. Sus páginas son escenario de entrevistas

polémicas, además de comentar las presentaciones más recientes de los artistas de mayor éxito.

El cine es también un “personaje” importante en la sección y los estrenos cinematográficos son frecuentemente objeto de coberturas amplias, reportajes -algunos en los lugares mismos de la filmación- y críticas especializadas.

La sección Gente! Incluye diariamente la cartelera de televisión, así como la guía Escaparate, que integra lo mismo el lanzamiento de un disco o el espectáculo en vivo de un artista, que el inicio de una telenovela o la transmisión en radio de una entrevista a un personaje.

Sección “F” (Diaria)

Empresas y Negocios en Expansión: Sección comercial que publica diariamente publrreportajes dedicados a la difusión de las empresas, sus productos y servicios, además de la incorporación de nuevas tecnologías, lanzamientos, firmas de convenios, premios obtenidos y apertura de nuevas plantas.

Avisos de Ocasión (Diaria): Anuncios clasificados en 28 diferentes opciones.

UNA VEZ A LA SEMANA:

Sección "A"

Interfase: (Lunes): Pionera en su campo, interfase proporciona todos los lunes una serie de reportajes y columnas relacionadas con el revolucionario mundo de la computación y de la Informática.

Sus análisis y reportajes semanales sobre lo nuevo en la industria y las tendencias de mercado son de obligada lectura para el lector siempre innovador.

En momentos en que la computadora se convierte en una eficaz e indispensable auxiliar de las empresas, la familia y la escuela, Reforma procura satisfacer las necesidades de información en este campo.

Sección "D"

Lunes Deportivo: En esta sección se puede encontrar información acerca de cualquier equipo o deporte favorito, el repaso de los momentos mas sobresalientes o la reseña de los mismos.

Sección "G"

Buena Mesa (Viernes): Siendo la cocina mexicana una de las más vastas y creativas del mundo, el periódico Reforma no podía olvidar ese sabor de la Buena Mesa!

Un cóctel de recetas de la gastronomía nacional e internacional (con tablas de información nutricional), comentarios, críticas culinarias, noticias de festivales y eventos gastronómicos. Además proporciona tips y consejos para la buena sazón que hacen de esta sección semanal una deliciosa plática de sobremesa entre restauranteros, chefs, amas de casa, hombres de negocios, estudiantes y de todo aquel que le cause placer comer. Buena Mesa! Cierra con broche de oro los espacios dedicados al vino y al café, hoy obligados en las mesas de todo buen gourmet.

Moda! (Sábado): Reforma cuenta con la primera y única sección de MODA! en la capital del país, donde lo mismo desfilan reconocidos diseñadores como los nuevos talentos, y donde la mujer y el hombre contemporáneos encuentran las últimas tendencias en el vestir y en la belleza.

Moda! también difunde las últimas noticias del ámbito internacional y a sabiendas de que este mundo despierta todo tipo de curiosidades, no

se escapan de ella los chismes de las modelos y creadores más famosos a nivel mundial.

Como el mundo actual exige estar a la moda y también proyectar una imagen con personalidad.

Sección "H"

Viernes Social: Sección comercial que publica los viernes eventos sociales tanto empresariales como familiares, reseña de bodas, inauguraciones y columnas fijas con información de interés general como vinos, la comunidad española y la página de campañas con todo sobre la publicidad.

Sociales (domingo): Sección comercial dominical que destaca las más importantes notas sociales tanto empresariales como familiares de nuestra comunidad. Además se publican columnas con valiosa información de temas como la Novia, con recomendaciones para el banquete, la luna de miel o los horarios de las misas, teniendo también en la última página una publicación patrocinada que presenta lo mejor de los eventos sociales.

Automotriz (Sábado): La pasión que levantan los automóviles y la importancia que el sector representa para el país, impulsaron al nacimiento de esta sección. Siendo la primera de su género en México,

cada sábado, la sección automotriz conduce a los lectores a través de las últimas novedades en el mercado de automóviles.

La sección transporta al lector por la vía rápida de los reportajes, investigaciones y columnas de opinión. Adicionalmente, ofrece ideas y consejos para hacer del automóvil una buena inversión, desde la compra de uno hasta la adquisición de accesorios y mantenimiento.

Sección "I"

De Viaje! (Domingo): Reforma lo lleva De Viaje! Todos los domingos. Destinos turísticos nacionales e internacionales, tips del viajero, columnas especializadas y noticias turísticas integran este paquete para que el lector decida cuándo, dónde y cómo viajar con placer.

De Viaje! Le abre el mundo y se le pone a sus pies ya sea para emprender una aventura, o bien, para conocer los atractivos históricos y culturales que ofrecen otros lugares.

La sección ofrece al lector la posibilidad de sentirse en una agencia de viajes pues la cantidad de oferta comercial turística es tal que de un vistazo sabe qué línea aérea, hotel, paquete o destino está a su alcance.

CAPÍTULO DOS

SUPLEMENTOS DEL PERIÓDICO REFORMA

La devaluación de nuestra moneda a finales de 1994, sumada al incremento normal de los costos del papel, orillaron a **Reforma** a realizar ajustes para amortiguar los efectos del duro golpe. La empresa se vio en la necesidad de ofrecer a sus lectores menos páginas de información; algunas seccionadas inclusive tuvieron que desaparecer y en el mejor de los casos algunas secciones semanales tuvieron que fusionarse con otras. Paradójicamente, los suplementos se vieron beneficiados por tales circunstancias, ya que significaron una válvula para descargar parte de la información que no podía publicarse dentro de las páginas del periódico. Es decir, muchos de los recursos que no estaban utilizando para generar información en el periódico, debido a la reducción de sus páginas editoriales, se aplicaron a la producción de suplementos.

Pero, qué son los suplementos?

El suplemento es un *“determinado número de paginas que, formando un cuadernillo independiente del ejemplar normal de una publicación periódica se entrega al lector constituyendo una unidad con este último”*.¹⁴ Generalmente los suplementos suelen publicarse con las ediciones dominicales, aunque también aparecen en las ediciones sabatinas e incluso cualquier día de la semana, como es el caso de los publicados por **Reforma**.

Suelen organizarse con la reunión de materiales monográficos o especializados, como pueden ser de arte, deporte, espectáculos, economía, literatura, hogar, moda, mujer, automóviles, historia y medicina, entre otros.

¹⁴ Iganacio de la Mota. Enciclopedia de la Comunicación. Tomo III. Pág. 1309.

El suplemento, como canal de comunicación colectiva, contiene normalmente tres categorías de mensajes: información periodística, publicidad y entretenimiento, esa división corresponde en líneas generales, a las funciones básicas de los vehículos de difusión colectiva: información, persuasión y diversión.

Además, a este tipo de publicación se le puede considerar como periodismo especializado, ya que *“se caracteriza porque su información se refiere fundamentalmente a un tema concreto y se dirige a un público determinado que le interesa”*.¹⁵

Dentro del periódico Reforma existen básicamente los suplementos institucionales (editoriales), comerciales y especiales, que abordan diversos temas y que van dirigidos a diferentes tipos de lectores de acuerdo al interés que en particular tengan.

¹⁵ Carlos González Alonso. Principios Básicos de Comunicación, pág. 37.

2.1.- SUPLEMENTOS INSTITUCIONALES

Estos suplementos son creados y desarrollados en el área editorial para brindar a los lectores un servicio extra por parte del periódico, ya que se pretende “*prestigiar a la empresa fabricante del producto o realizadora del servicio anunciado para crear en entorno a ella un clima de confianza o simpatía por parte del consumidor o usuario*”,¹⁶ es decir, es una publicación fundada, establecida o creada por la misma institución (de ahí su nombre), en este caso, por el periódico **Reforma**.

Estos suplementos pueden ser de formato “tamaño de una publicación”¹⁷ tabloide o estándar, en papel periódico o high brite, tienen una periodicidad semanal o quincenal y se distribuyen encartados en todo el tiraje del periódico, además su característica principal es que no necesariamente tienen que comercializarse al cien por ciento para poder publicarse. Dichos suplementos institucionales son los siguientes:

Club Reforma (martes):

Formato: Tabloide

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Reflejo de la excelencia personal de los deportes que se practican en clubes privados y en los ámbitos donde el acceso se toma limitado; Club Reforma se ha vuelto indispensable si se quiere tener una visión

¹⁶ Ignacio de la Mota. Enciclopedia de la Comunicación. Tomo III, pág. 1156.

¹⁷ Antonio López de Zuazo Algar. Diccionario del Periodismo. pág. 191.

poco común del juego y del entrenamiento. Se trata de un producto de una selectiva edición editorial y fotográfica, para que el deportista se vea en su mejor momento, con su mejor imagen o en el momento clave de su actividad.

Club Reforma abre sus páginas tanto a los novatos como a los expertos de cada disciplina deportiva, para que tenga un espacio personalizado y sientan suya la publicación. El lector es llevado a los campos de golf o hacia una competencia de lujosos yates, a la monta de caballos con los mejores jinetes de equitación o sigue hasta su terminación una carrera de motos acuáticas, sufre y disfruta de la escalada en roca.

Club Social (viernes):

Formato: Tabloide

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Proporciona información de las mejores bodas y fiestas de familias mexicanas, esta convertido en el escaparate donde lo más importante es la gente.

Club Social es publicado para los suscriptores, siendo el lugar donde todas y todos quieren estar para compartir con el gusto por la inauguración artística, por las despedidas de soltera o por la reunión diplomática, entre otras muchas facetas de la actividad social.

Primera Fila (viernes):

Formato: Tabloide

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Contiene la cartelera más completa de cine, teatro, conciertos, danza, artes plásticas, televisión, bares y discotecas.

Primera Fila tiene el formato de una revista y como tal proporciona un abanico de información especializada en espectáculos, cultura y esparcimiento, y que con el apoyo de críticos y columnistas contribuyen a que los lectores realicen una toma de decisiones más satisfactoria. Por su atractivo diseño, este suplemento resulta ideal para tenerlo siempre cerca como una especie de Guía de la Ciudad que permite llegar siempre puntualmente a la primera fila.

Gente Chiquita (sábado):

Formato: Tabloide

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Este suplemento resulta agradable para los niños de esta Ciudad, como lo puede ser un paseo, un parque de diversiones, andar en bicicleta o jugar con los amigos. Porque en este suplemento infantil los lectores chiquitos de Reforma pueden jugar a los puntitos, dibujar con muchos colores, saber más de los videojuegos, reírse con los cómics y aprender muchas cosas como en la escuela.

En este periódico interactivo los niños pueden consultar a una psicóloga, publicar a todo color sus dibujos, aprender a realizar manualidades, artes plásticas y de cocina. Con un diseño muy atractivo y lleno de color, Gente Chiquita publica notas escritas con un lenguaje sencillo y divertido, así como adivinanzas, chistes, trabalenguas y tips para mejorar sus hábitos.

Magazine (domingo):

Formato: Tabloide

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Ofrece una gama variada de reportajes, entrevistas, columnas, y sobre todo, muchas fotos con las que el lector puede conocer en detalle todo lo que acontece en el mundo del espectáculo de una manera divertida y original.

A través de sus páginas, visualmente muy atractivas por la calidad y el estilo de fotografías de estudio que se presenta, Magazine ofrece entrevistas con las más famosas personalidades del medio artístico, reportajes sobre los nuevos estrenos de cine y televisión, fotos de los paparazzi de los eventos a los que el público no puede asistir, además siempre está en la presentación de los nuevos valores artísticos que prometen ser un "hitazo". Cuenta además con columnas fijas como "Fábrica de Luz", donde críticos de cine opinan sobre nuevos estrenos; "Atmósfera", en la que los artistas muestran su casa; "On Line", con las novedades que ofrece internet con relación al mundo de

espectáculos; "Escrito en las Estrellas", en donde una astróloga comenta las características de los signos zodiacales que definen el carácter de los artistas.

El Ángel (domingo):

Formato: Estandar

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Más allá del impacto que ocasiona una noticia en el ámbito cultural, en El Ángel ese acontecimiento es analizado desde una óptica crítica y reflexiva, a cargo de las plumas más actualizadas de México y el mundo. En las páginas de este suplemento cuidadosamente ilustrado con dibujos, viñetas o fotografías, los lectores encuentran un compendio de la cultura universal con una variada oferta de artículos, ensayos, críticas y reseñas, así como poemas o adelantos de novelas.

Enfoque (domingo):

Formato: Tabloide

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

La información, la reflexión y la cultura política están en este suplemento, que busca profundizar en los acontecimientos políticos, dándoles contexto a su justa dimensión.

Reportajes, entrevistas, ensayos, crónicas, testimonios y opiniones son los géneros mediante los cuales se busca dar una visión fresca y

completa de los grandes asuntos de la política; además de una cartelera donde la política adquiere una dimensión cultural ofreciendo el panorama de las conferencias, los cursos, los libros y las películas de contenido político.

Time (jueves):

Formato: Tabloide

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: High Brite

Durante más de cincuenta años, la revista Time ha sido una fuente de noticias y perspectivas para lectores de México y el mundo. Ahora, bajo una nueva alianza con Reforma, Time presenta su primera edición en español: un suplemento con una selección de artículos destinado a un público de habla hispana.

Fortune (jueves):

Formato: Tabloide

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: High Brite

El suplemento Fortune es una publicación quincenal, con información sobre el desarrollo de las empresas líderes en el mundo, el desempeño de sus acciones y sus tendencias de crecimiento, además de ser una publicación que analiza los eventos económicos recientes y que ofrece una guía para los inversionistas.

Estado (lunes a viernes):

Formato: Tabloide

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Busca cumplir con las necesidades informativas y comerciales de los habitantes de la zona norte del Estado de México y la Ciudad Capital en materia de información política, económica, comunitaria, deportes y cultura.

Su misión es reflejar las principales inquietudes de los diversos sectores que integran la comunidad y sus tareas, propuestas y actividades para mejorar su calidad de vida, así como informar sobre las acciones emprendidas por las autoridades.

Señor Fútbol (jueves):

Formato: Tabloide

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Aunque su nombre sugiere un trato respetuoso, este suplemento se fundamenta en información del deporte más practicado en México y todo el mundo, lo que captura el interés de los aficionados de corazón por la gama de productos que se ofrece, como cifras que enriquece la lectura, entrevistas a los actores del espectáculo, así como producciones fotográficas y de diseño; Además ofrece a los lectores la opinión de los más renombrados comentaristas del momento, quienes

basados en su experiencia introducen a todo el mundo en el juego de la opinión.

2.2.- SUPLEMENTOS COMERCIALES

Este tipo de suplementos se crean y se realizan específicamente en el área comercial del periódico, es decir, en esta área se eligen los temas, se efectúa la investigación y redacción (editor comercial) de la información. La característica principal de este suplemento es que la comercialización de sus espacios publicitarios se debe llevar a cabo al cien por ciento para que se pueda publicar.

Los suplementos comerciales pueden ser en formato estándar, tabloide y media carta, impresos en papel periódico o couché, pueden ser distribuidos en todo el tiro del periódico o únicamente a suscriptores, y pueden tener una periodicidad semanal, mensual, bimestral, cuatrimestral, semestral o anual. Estos suplementos son los siguientes:

Guía de los Bares y las Botanas (miércoles-deportes):

Formato: Estándar

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Ésta ofrece varias opciones en bares y cantinas que anuncian sus especialidades en botana, además de dar información en cuanto dirección, teléfono, música, tarjetas de crédito, etcétera.

Galerías de Arte (miércoles-cultura):

Formato: Estándar

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Concentra publicidad de las galerías de arte e información sobre subastas, inauguraciones y exposiciones.

Servicios Nupciales (viernes-Viernes Social):

Formato: Estándar

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Reúne toda una gama de anunciantes que ofrecen productos y servicios necesarios en la organización de una boda, además opciones para la luna de miel y hasta decoración para la casa de los recién casados.

Lo Mejor de lo Mejor (viernes-Buena Mesa):

Formato: Estándar

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Maneja información de quince restaurantes de los más selectos de la Ciudad, donde se incluyen datos tales como tipo de cocina, dirección, teléfono, etcétera.

Guía Visual del Gourmet (viernes-contraportada de Viernes Social):

Formato: Estándar

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Treinta opciones de restaurantes de diferentes tipos de cocina y para todos los presupuestos; cada anunciante proporciona los datos generales del establecimiento como dirección, teléfono, etcétera.

Guía Informática (lunes-contraportada de Interfase):

Formato: Estándar

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

En la era de la comunicación presenta opciones de quienes ofrecen productos y servicios en este campo.

Guía Internet (lunes-Interfase):

Formato: Estándar

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

En ésta todo anunciante que cuenta con una dirección en Internet puede ofrecer y promover cualquier producto y servicio, ofrece lo último en publicaciones dentro de Internet.

Guía de la Nueva Mesa (viernes-Buena Mesa):

Formato: Estándar

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Espacio reservado a restaurantes de reciente apertura, con información general del lugar como dirección teléfono, etcétera, con lo cual los lectores puede conocer nuevos lugares.

Guía de Restaurantes (Cuatrimestral):

Formato: Media carta

Circulación: Suscriptores (50 mil ejemplares)

Papel: Couché

Este suplemento contiene información detallada de más de 600 restaurantes dentro de la Ciudad de México, el cual contiene más de 30 tipos de cocina ordenados por zona para satisfacer el gusto de cada comensal.

Guía Educativa (semestral):

Formato: Media carta o tabloide

Circulación: Suscriptores (50 mil ejemplares)

Papel: Couché o periódico

Proporciona información acerca de diferentes actividades escolares y extra-escolares, para dar opciones de las diferentes carreras existentes

y Universidades que las imparten, así como diferentes actividades para aprovechar el tiempo libre.

Expo-Tu Boda (anual):

Formato: Tabloide

Circulación: Suscriptores (50 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Este suplemento proporciona información acerca de la exposición que se lleva a cabo año con año referente a todo lo que acontece alrededor de una boda, como vestidos, accesorios, estilistas y agencias de viajes que ofrecen sus servicios, principalmente.

Abasto (bimestral):

Formato: Tabloide

Circulación: Suscriptores (50 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Cada periodo, este suplemento proporciona información de diferentes productos alimenticios, que va desde su producción hasta su comercialización, así como las políticas oficiales y la problemática que van enfrentando en su desarrollo.

2.3. - SUPLEMENTOS ESPECIALES.

Los **Suplementos Especiales** que publica el periódico Reforma, son aquellos cuya información es investigada y redactada específicamente en el área editorial y que sus espacios publicitarios deben ser vendidos en el área comercial, siendo esto último un factor determinante para la publicación de los mismos.

En agosto de 1994 surge el primer **Suplemento Especial** encartado en el periódico Reforma, considerándose especial a la *“publicación periódica que se realiza con el fin concreto de destacar algún sector de la vida social, económica y política, bien en un plan genérico o en plan individual, y que normalmente constituye objeto de contratación especial de publicidad de un determinado sector, el mismo al que la edición se refiere”*.¹⁸

Desde entonces se han sucedido diversos **suplementos especiales** que se publican con motivo de un evento, exposición, aniversarios o simplemente por ser considerado un tema de interés, además tienen cierta periodicidad, algunos son mensuales, bimestrales, semestrales, anuales o eventuales. De este tipo de suplementos existen los siguientes:

¹⁸ Ignacio de la Mota. Enciclopedia de la Comunicación. Tomo I. Pag. 482.

Regreso a Clases (anual):

Formato: Tabloide

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Proporciona información y consejos para organizar el regreso a clases de los niños, como el calendario oficial del año escolar, qué y dónde comprar, como enfrentar el primer día de clases, tips para enseñar a los niños a ser ordenados, etcétera.

Universitarios (mensual):

Formato: Tabloide

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Suplemento con gran aceptación entre el mundo estudiantil a nivel preparatoria y universidad, Este suplemento ofrece reportajes, entrevistas y columnas de todo lo que acontece en el mundo de las universidades. A través de sus páginas se encuentra la cobertura de eventos académicos, artísticos y deportivos, así como entrevistas con algunos alumnos sobre temas de interés.

Mantiene informado al estudiante de lo que ocurre en las diferentes Universidades del país, además de encontrar consejos para elegir la carrera que más les conviene.

Telecomunicaciones (bimestral):

Formato: Tabloide

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Ofrece una amplia cobertura de todo lo que sucede en el mundo de las telecomunicaciones, incluyendo reportajes de las grandes compañías de Telecomunicaciones, sus avances tecnológicos, alianzas estratégicas, telefonía por larga distancia y local, etcétera.

Entremuros (mensual):

Formato: Tabloide

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Forros couché

Este suplemento ofrece al lector información útil para el diseño de interiores de casa u oficina, consejos para la adecuada distribución de espacios y se señala la importancia de diversos elementos como iluminación y funcionalidad del mobiliario. También los expertos recomiendan el empleo de diversos materiales para obtener atractivas decoraciones y un mejor confort .

La Novia (bimestral):

Formato: Tabloide

Circulación: Suscriptores (50 mil ejemplares).

Papel: Forros couché

Las páginas de este suplemento contienen la información relacionada con todo lo sucede alrededor de una boda, como vestidos, banquetes, salones, lugares a donde ir de luna de miel y algunos consejos de belleza, cuidado personal y etiqueta.

En él, las señoritas casaderas encontrarán todos los detalles en los que no había pensado relacionados con la ceremonia y la fiesta; así como también entrevistas de afamados diseñadores, modistos, estilistas, maquillistas, restauranteros, que les aclararán cualquier duda y darán tips a las lectoras.

Hecho en México (mensual):

Formato: Estándar

Circulación: Todo el tiro (125 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Aborda temas fijos como: Exportación, Calidad, Certificaciones, Capacitación, Seguridad Industrial para los empresarios y empleados, finanzas para las empresas, en cada número se analiza una industria en especial.

Mi Bebé (bimestral):

Formato: Tabloide

Circulación: Suscriptores (50 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Suplemento dirigido a los papás, en el cual encuentran tips y solución a muchas de sus dudas sobre temas como: gestación, embarazo, nacimiento, enfermedades que pueden contraer las mamás y los bebés; y otros temas relacionados con los niños no tan pequeños, así como manualidades.

Salud y Bienestar (bimestral):

Formato: Tabloide

Circulación: Suscriptores (50 mil ejemplares)

Papel: Periódico

Este suplemento esta dirigido al público en general, el cual proporciona información de una forma objetiva y sin tabúes, que permite dar a conocer y complementar la información que las personas tienen o desconocen acerca de determinadas enfermedades.

Colecciones (semestral):

Formato: Carta

Circulación: Suscriptores (50 mil ejemplares)

Papel: Couché

En este suplemento se encuentra información acerca de la moda y las últimas tendencias en el vestir, destacándose los modelos de reconocidos diseñadores de todo el mundo. Así como información de

algunos desfiles que transportan al lector a las pasarelas de la última moda y a los diferentes estilos.

Anuario (anual):

Formato: Tabloide

Circulación: Suscriptores (50 mil ejemplares)

Papel: Periódica

Publicación dedicada a la reseña de los principales acontecimientos nacionales e internacionales que se registraron durante el año en el ámbito social, político, cultural, deportivo, artístico, etcétera.

2.3.1. - PUBLICACIÓN DE UN SUPLEMENTO ESPECIAL

La Publicación de un suplemento especial comienza en el momento mismo en que se empieza a planear la confección del original, en su realización posterior y en la puesta en práctica de cada una de las operaciones técnicas necesarias para convertirlo en un impreso. Todo ello involucra al autor, tanto del proyecto como del original, el editor, al coordinador, a los publicistas o agentes que comercialicen los espacios destinados para la publicidad, y al productor, el cual se enlaza con los proveedores que se encargan de proporcionar el papel y con todas las personas que se involucran en la impresión de un ejemplar.

La publicación necesita de la contribución técnica de una serie de especialistas para que cada uno de los pasos necesarios se realicen con plena seguridad; por ejemplo, la obra o el impreso puede estar bajo la responsabilidad de un editor, encargado de vigilar que se cumplan todos los parámetros establecidos, el cual contará con la colaboración de correctores de estilo, tipográficos y cuantos auxiliares sean precisos para las tareas editoriales del impreso; la realización del boceto, maquetas cubiertas y sobrecubiertas, folletos, desplegados etcétera, bajo los cuidados de un grafista. Cuando todas las operaciones editoriales han sido complementadas, es decir cuando se entrega todo el material, cada uno de los originales, el gráfico literario, publicitario, etcétera; estos pasan al departamento de producción, que inicia el proceso de realización del impreso, cuya responsabilidad es la reproducción en papel y finalmente el proceso de edición concluye en la distribución o circulación,

es decir, con el número de ejemplares de la publicación, en este caso de el suplemento, que llegan a los lectores, ya sea suscriptores o los que son vendidos en la calle - microempresarios- o en locales cerrados.

A) ÁREA EDITORIAL

Para la realización de un suplemento especial del periódico **Reforma**, en primera instancia debemos pensar en el tema que se vaya a tratar, esto puede ser idea del área comercial o como en la mayoría de las veces del área editorial, ya que esta división se encarga de recibir, ordenar, seleccionar y redactar el material informativo para facilitar al área de producción, con tiempo suficiente para cada edición, la cantidad de textos, ilustraciones, etcétera, para la fabricación de un ejemplar. Pero para que las cosas funcionen bien, debe existir una persona responsable, y en este caso es el editor "*jefe de departamento o sección del periódico*"¹⁹ quien se encarga de crear y mantener la publicación desde el punto de vista informativo, ya que es quien selecciona los temas de cada suplemento especial, tomando en cuenta el perfil del lector a quien va dirigido, los cuales pueden tratar desde un evento coyuntural, social, económico, financiero, cultural, deportivo, hasta temas específicos como salud, cuidados del bebé, decoración, etcétera. Elige las características de cada suplemento, como el tamaño del ejemplar, el cual puede ser estándar con medidas de 54 cms por 33.5 cms (debe contener 12 mil caracteres más elementos gráficos), tabloide con medidas 32 cms

¹⁹ José Martínez de Sousa. Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo, pág. 161.

por 25 cms (con 6 mil caracteres más elementos gráficos), o carta 28 cms por 21.5 cms (con 3 mil caracteres más elementos gráficos).

Además, junto con el coordinador de ventas decide si es todo a color (back to back), blanco y negro o mixto.

El Editor, también designa el rol de cada uno de las personas que participan en la elaboración de un suplemento como el reportero quien *"es el sujeto clave del periodismo informativo. Recoge noticias, hace entrevista, realiza reportajes. Está en contacto con los hechos"*²⁰, redactores *" es el periodista que realiza un trabajo de tipo fundamental intelectual de modo literario o gráfico, que se lleva a cabo normalmente a teoría, dentro límites de tiempo que señala su jornada, tales como los de mesa y calle. Cada redactor tiene su especialidad y su función. La especialización depende de la importancia del medio y del numero de sus secciones"*²¹, los corresponsales quienes *"desempeñan su función en localidades distintas de aquella en que radique la redacción del periódico para el que preste sus servicios"*,²² fotógrafos, diseñadores editoriales y colaboradores.

En resumidas cuentas, el editor es la persona que se encarga en distribuir el trabajo entre los participantes en la elaboración de un suplemento, supervisa la marcha general de la confección, supervisa el estilo e ideología de los textos, determina la titulación, y revisa el conjunto de noticias para decidir cuales se publican y en que forma.

²⁰ Vicente Leñero y Carlos Marín. Manual de Periodismo. pág. 24.

²¹ *Ibidem*. Pág. 24.

²² *Ibidem*. Pág. 24.

En la realización del contenido editorial del suplemento se utilizan, al igual que en la información del periódico, todos los géneros periodísticos, que en el capítulo uno se describen, además del publireportaje *"Reportaje, por lo general a toda página, que informa de las actividades de una firma comercial, la cual ha subvencionado al periódico para que se publique esta información. Por tratarse de un trabajo ajeno a la estricta labor informativa, debe llevar la indicación de publireportaje o remitido para que los lectores conozcan el carácter comercial de esta información"*²³, este particularmente se realiza por los editores del área comercial "editor comercial".

Al mismo tiempo que se empieza a trabajar en el contenido editorial se deben de vender los espacios publicitarios, es decir, se debe comercializar el suplemento para que pueda publicarse.

²³ Antonio López de Zuazo Algar. Diccionario del Periodismo. pág. 156.

B) ÁREA COMERCIAL.

La publicidad de empresas privadas constituye un fuerte pilar económico para toda la prensa, pensando en el probable costo de una edición y de la enorme estructura que ella requiere.

La publicidad podemos considerarla fundamentalmente como todo dispositivo (impreso, oral, pictórico) encaminado aquello que el interesado quiere (mercancías, servicios e ideas). Su desarrollo en el periodismo, a través de todos los medios de información que existen, ha sido espectacular. Por el interés apremiante de su contenido, su amplia circulación, y por su publicación diaria o semanal, el periódico constituye el conducto más importante para llevar el mensaje comercial de la publicidad.

*"Los anunciantes de un diario de peso no lo sostiene en el mismo sentido que un patrocinador subsidia una empresa. Ellos pagan un servicio que reciben. Como la publicidad es una transacción comercial, el servicio tiene para los anunciantes el valor del dinero que les cuesta. Si un anunciante individual retira su publicidad por causa de resentimiento o desacuerdo con los puntos de vista editoriales, al hacerlo perjudica sus propios intereses comerciales. El periódico pierde anuncios, pero él pierde el favor público y las ventas..."*²⁴.

En resumidas cuentas, puede decirse que la publicidad no es sólo un servicio público, sino la forma en la que el periódico obtiene ganancias, es por eso, que en el

²⁴ Fraser Bond. Introducción al Periodismo. pág. 374.

periódico **Reforma**, como cualquier otra empresa periodística, cuenta con un departamento que se encarga de obtener recursos para que subsista, como es el área comercial.

La publicación de un Suplemento Especial depende mucho de los espacios que los publicistas o agentes de ventas logren vender, pero para llevar a cabo esto, primeramente el Subdirector del departamento debe hacer la cotización, (tomando en cuenta el costo de producción y que sea costeable para el periódico), en relación a las características del suplemento (formato, tipo de papel, número de páginas, etcétera) en seguida se pone de acuerdo con el coordinador del suplemento para que junto con el departamento de diseño elaboren las tarifas (documento en el cual se especifica el costo y las medidas mecánicas de cada uno de los espacios, fecha de publicación y de cierre, y los descuentos, además de alguna otra información referente a la publicación). Después el coordinador tiene la obligación de entregar a cada publicista las tarifas para poder empezar a atacar el mercado al cual va dirigido el suplemento.

El publicista debe de buscar la empresa que se adecue al perfil del suplemento para ofrecer el producto, y contactar una cita con la persona encargada del departamento de mercadotecnia o publicidad y medios. Si la entrevista no es personal, se envía la información vía fax, e-mail, modem, etcétera, para que el cliente tenga conocimiento de la publicación.

Si el cliente ha decidido comprar un espacio en el suplemento, el primer paso para la realización del anuncio es la firma de una orden de inserción, donde se especifica el tipo de anuncio (s) que requiere. Ahí quedan contemplados una serie de datos

necesarios para publicar el mensaje tal como lo desea el cliente. Dicha orden deberá contener la siguiente información:

- Número de orden de inserción
- Razón social del cliente
- Dirección
- Teléfono
- Nombre del suplemento solicitado
- Guía del anuncio
- Fecha(s) de publicación
- Colores a utilizar en el anuncio
- Tipo de material entregado, aclarando si se anexa a la orden o si el periódico lo tiene en su poder, en cuyo caso se deberá de señalar la última fecha de publicación.
- Tarifa
- Condiciones de pago, y
- Firma de la persona solicitante

Adjunto a la orden de inserción se debe entregar el anuncio requerido, en caso de que éste no haya sido elaborado previamente por el departamento de diseño; y una vez que el publicista tenga lista la orden y el material tiene que dirigirse al departamento de diseño

DISEÑO:

En este departamento los diseñadores se encargan de realizar los anuncios, y deben revisar el material que el publicista entrega para detectar si es funcional para ellos.

MATERIALES:

El periódico se imprime en offset, por lo que se reciben originales, fotografías, transparencias o positivos en color, blanco y negro, sin trama y negativos en pantalla de 85 líneas por pulgadas.

También se reciben materiales digitales en unidades de almacenamiento, para los cuales es necesario anexar un formato de recepción (de material) debidamente requisitado (sólo se reciben materiales digitales generados en plataforma Macintosh). A esta información debe anexarse una impresión láser de anuncio. Asimismo, es necesario que se incluya los screen fonts (resolución tipográfica) y printer fonts (imprime la tipografía) de todas las tipografías empleadas (es recomendable convertir la tipografía a curvas, mientras el anuncio no exceda del 50% de su composición y así evitar cualquier problema de sustitución de fuentes); el nombre del archivo que está en el disquette, así como una identificación clara de los elementos incluidos en el anuncio (nombre de los archivos con terminación EPS's, TIFF's, etcétera).

Los anuncios en color deben estar procesados en CYMK (selección de color en cian, magenta, amarillo y negro) process color y todas las fotografías a color deben de estar en un formato EPS, formato CMYK y con una resolución de 170 DPI.

Es muy importante que si el material es en color, el cliente debe entregar separación o selección de color.

Ya terminado el anuncio, el diseñador imprime el anuncio y lo entrega al publicista para que éste lo muestre al cliente para que lo cheque, si es que deben hacerse cambios o simplemente dar su autorización para que el anuncio se publique en el Suplemento Especial.

Los diseñadores comerciales al terminar todos los anuncios que se van a publicar en el suplemento ya autorizados, los mandan al área editorial para que el diseñador editorial arme las paginas *“técnica que tiene por objeto acomodar el la página, de la manera más artística, agradable y eficaz posible, todo el material redaccional, publicitario e ilustrativo que habrá de conformarla (texto, títulos, fotografías, filetes, blancos, etc.)”*²⁵, de acuerdo al esquema que el coordinador realizo.

Finalmente, al terminar de armar las páginas, el diseñador editorial manda la información por sistema red al departamento de producción.

²⁵ José Martínez de Sousa. Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo. pág. 161.

C) PRENSA

"Debemos recordar que publicar un periódico metropolitano requiere un complicado proceso de manufactura. Sacamos un producto nuevo todos los días, equivalente a una novela larga. La puntualidad en la terminación de cada una de las etapas de este enorme trabajo debe ser casi perfecta. Los minutos cuentan mucho. El conjunto debe funcionar como una sola unidad las veinticuatro horas del día, todos los días del año. Eso demanda planes, dirección y control esmerados, para que el flujo de la producción sea constante".²⁶

En el campo de la impresión los adelantos fueron muy lentos al principio; la prensa de uvas renana adaptada por Gutenberg para la impresión fue ligeramente perfeccionada en 1493 por Carrad Sahspach; en 1777, Francois-Ambroise Didot introdujo una mejora en la prensa de Carrad. En 1975 comenzó la carrera de perfeccionamiento que, prácticamente, aún no ha terminado: en esta fecha Stanphone inventó la prensa de que llevó su nombre, la cual fue construida en 1804 y perfeccionada en 1808; en 1805, George Clyde, mecánico norteamericano, construyó la primera prensa metálica, llamada Columbian o colombiana, enteramente de hierro. En 1810, Friedrich König, de Sajonia (Alemania), y Andreas Bauer, de Stuttgart (Alemania) inventaron la primera prensa tipográfica de vapor, alentados por el editor del Times de Londres, Richard Taylor; fue la primera prensa de cilindros, patentada en 1811. En 1914, John Walter, hijo del fundador del Times de Londres, adoptó para sus talleres la máquina de vapor inventada por König y

²⁶ Fraser Bond. Introducción al Periodismo. pág. 198.

Bauer, y el periódico fue impreso por vez primera el 29 de noviembre del mismo año lo cual elevó su producción.

El mismo año König inventó una nueva máquina de imprimir con rodillos entintadores a cada extremo. En 1816, König y Bauer inventaron la primera máquina de retracción, con la que era posible imprimir al mismo tiempo las dos caras del papel. El Times, siempre a la vanguardia de las nuevas técnicas, adoptó una prensa inventada por Augustus Applegath y Edwar Cowper; la máquina era de cuatro cilindros y permitió el tiraje de cuatro mil ejemplares por hora. En 1819 el Doctor Gamial (o Gannal) inventó un rodillo entintador compuesto de pasta resistente y elástica que llevaba por ingredientes goma fuerte y melasa fundida. Para 1829, Samuel Nus inventó la máquina llamada Washington, cuya platina se accionaba mediante una manivela. En 1835, surgió la primera idea sobre la rotativa a cargo de Rowland Hill. Para 1871 Marinoni inventó otra rotativa, la cual fue transformada para que pudiera imprimir en bobinas o en papel continuo. Entre tanto en 1860 Degener y Gordon habían inventado la máquina tipo Victoria llamada Minerva.

Por lo que respecta al molde, había sido constituido por elementos en relieve hasta 1796 en que Aloys Senefelder inventó la litografía en Munich Alemania. En 1870 Paul Angerer inventó la cincografía, trasladando dibujos de línea a planchas de cinc preparadas con betún de Judea y sometidas a la acción de un ácido.

El siguiente paso de gran trascendencia sería dado por una afortunada casualidad: W. Rubel, un ruso residente en Nueva Jersey dejó de poner el pliego en la máquina de imprimir, por distracción, y al colocar el siguiente pliego advirtió que quedaba

ESTA ES LA
COPIA DE LA

impreso perfectamente por la huella de tinta dejada por el molde sobre la cama de la máquina; de aquí parte la idea de la impresión litográfica indirecta, más conocida por su nombre inglés **offset**, consistente en imprimir una plancha plana con interposición de una mantilla de caucho que transfiere la mancha al papel, dicho proceso es el que actualmente utiliza el periódico Reforma, para lo cual después de la comercialización de los espacios publicitarios y el armado de páginas por el área editorial se manda a pre-prensa, departamento que realiza la filmación de los negativos, verifica la compaginación, registra y enmascarilla los negativos para prepararlos para la realización del revelado de placas, las cuales se colocan en la prensa.

Ya puestas las placas en las rotativas se empieza a imprimir el suplemento en pliegos de 8 páginas (para suplemento tabloide y 4 paginas para tamaño estándar), las cuales ya salen cortadas y dobladas.

Después de la impresión se realiza la compaginación en la colector, la cual va ir acomodando cada una de las páginas que conforman el suplemento, una vez armado el ejemplar se pasa a la engrapadora (en caso de que el suplemento sea engrapado, deberá estar tres días antes de su publicación en producción).

Una vez terminado el suplemento, se regresa a la colector para que lo intercale en el periódico. Al concluir este proceso se forman pacas de 200 ejemplares cada una para realizar su distribución.

D) CIRCULACIÓN

Los periódicos conceden mucha importancia a su circulación, puesto que la base de sus tarifas de anuncios es el número de ejemplares del periódico que se venden. Así pues, el cometido del gerente de circulación es vender tantos periódicos como le sea posible. Al hacer tal cosa, se enfrenta a un problema doble, ya que su departamento se encarga no solo de vender sino también de entregar. Necesita tener la certeza de que la entrega del periódico, por medio de microempresarios, de locales cerrados y distribución foránea sea oportuna, de suerte que el comprador reciba el periódico cuando las noticias son todavía frescas y, si es posible, antes que llegue algún otro periódico.

“La circulación es para los periódicos lo que es para nosotros el aire que respiramos y la sangre que fluye por nuestro cuerpo”²⁷.

Después de su producción, y ya formadas las pacas, los distribuidores las recogen para surtirles a los microempresarios (personas que venden el periódico en alguna esquina de las principales avenidas de la Ciudad de México); a los repartidores (personas que hacen llegar el periódico a los suscriptores); y a los establecimientos (locales cerrados, como OXXO, Samborns, Vips, Super 7, etcétera).

²⁷ Fraiser Bond. Introducción al Periodismo. pág. 200).

En este sentido, aparte de la distribución en la Ciudad de México, existe la foránea, en la que se reparten ejemplares en las centrales camioneras para que los distribuyan a ciudades cercanas al Distrito Federal, como Cuernavaca, Puebla y Pachuca, entre otras. Asimismo, existe distribución aérea para hacer llegar el periódico a los lectores de otros estados de la república.

CONCLUSIONES

Por considerar que este trabajo es descriptivo, el cual se integra con la realización de entrevistas y especialmente con base en mi experiencia laboral en el periódico **Reforma**, a continuación se presentan a manera de conclusión algunas consideraciones y reflexiones personales:

- Existen suplementos tanto comerciales como especiales que se publican una sola vez, por tratarse de un hecho relevante en el momento, sin embargo, han existido otros que de manera similar se publican una sola vez pero no por la razón anterior, sino porque en algunas veces el contenido editorial no es interesante para el lector y mucho menos para el mercado en el cual se pretende comercializar.
- Debe existir una estrecha comunicación entre las diversas áreas involucradas en la realización de un suplemento, principalmente, el área editorial y la comercial, para así publicar suplementos exitosos, considerando como exitoso a aquel suplemento que es leído y comercializado en su totalidad de acuerdo a la cotización que se realiza previamente.
- Si se piensa en publicar un suplemento nuevo que tenga continuidad, debe primeramente de pensarse en un tema que aborde cuestiones de actualidad e interés para el lector, para lo cual sería idóneo realizar estudios de opinión o encuestas para detectar las inquietudes que tienen los diferentes tipos de lector hacia temas específicos.

- Del punto inmediato anterior, se desprende la idea de que sea necesario sondear también el mercado al cual se pretende dirigir el suplemento para su comercialización.

BIBLIOGRAFIA

1. Alvear Acevedo, Carlos. Breve Historia del Periodismo. Ed. Jus. México, 1982.
2. Baena Paez, Guillermina. Instrumentos de Investigación: Manual para Elaborar Trabajos de Investigación y Tesis Profesionales. Editores Mexicanos Unidos. México, 1980.
3. Calvimontes Calvimontes, Jorge. El Periódico. Ed. Trillas. México, 1997.
4. De la Mota, Ignacio. Enciclopedia de la Comunicación. Tomo II, III y IV. Ed. Noriega. México, 1994.
5. Fraser Bond, F. Introducción al Periodismo. Ed. Limusa-Wiley. México, 1965.
6. Garza Mercado, Ario. Manual de Técnicas de Investigación para Estudiantes de Ciencias de la Comunicación. El Colegio de México. México 1988.
7. González Alonso, Carlos. Principios Básicos de Comunicación. Ed. Trillas. México, 1992.
8. Lawrence, Paul y Lorsch, Jay. Desarrollo de Organizaciones: Diagnóstico y Acción. Ed. Fondo Educativo Interamericano. México.
9. Leñero, Vicente y Marín, Carlos. Manual de Periodismo. Ed. Grijalbo. México, 1986.

10. López de Zauzo Algar, Antonio. Diccionario de Periodismo. Ed. Pirámide. Madrid, 1978.
11. Martínez de Sousa, José. Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo. Ed. Paraninfo. España, 1992.
12. Menéndez, Antonio. Teoría Comunicación Social y Desarrollo. FCPyS-UNAM. México.
13. Reed Torres, Luis, "Historia del Periodismo en México" en El Periodismo Mexicano Hoy. Memorias del Seminario de Periodismo organizado por el club "Primera Plana". Recopilación María Teresa Camarillo. Ed. Instituto de Investigaciones Bibliográficas, UNAM. México, 1990.

Otras fuentes de consulta:

14. Entrevistas a personal técnico y directivo del periódico Reforma.