

1.5. FUNCIONAMIENTO DE UN MEDIO IMPRESO

A pesar de que cada publicación o periódico tiene su propia dinámica y, por lo tanto, su propio funcionamiento, hay una serie de pasos inherentes a todos.

Dichos pasos tienen, a su vez, fases que los construyen y que los relacionan con otros, pero su orden, su tiempo y su procedimiento dependen del tipo de periódico que se esté haciendo (pues no es lo mismo un periódico diario que uno semanal).

□ Las fases principales del funcionamiento de un periódico son:

- Consejo de redacción
- Investigación
- Redacción
- Edición
- Diagramación
- Impresión
- Distribución

Estas fases, como se mencionó, son las principales, mas no las únicas.

□ *Manual de edición y de estilo*. Universidad de Antioquia. Medellín. 1995.

Fuentemayor, Alfonso. *Géneros del periodismo*. Revista. *Palabra*. vol. 6. 1997.

CONSEJO DE REDACCIÓN

La realización de un consejo de redacción es el primer paso para la elaboración de un periódico o de cualquier medio impreso. En él se reúnen las principales autoridades del medio, como lo son el director, el editor general, los editores de cada sección, el comité editorial y, algunas veces, los jefes de diseño y diagramación.

Este consejo, en los periódicos diarios, se lleva a cabo de forma prolongada una vez por semana y diariamente de manera más breve; sin embargo, cuando hay un hecho demasiado importante, puede hacerse de manera inmediata. En periódicos o revistas que se publican semanalmente o mensualmente, los consejos son más esporádicos.

El objetivo principal del consejo de redacción es establecer qué noticias y qué información se van a publicar, qué enfoque se le va a dar a un determinado tema, etc., pero, sobre todo, su objetivo es establecer cuál va a ser la posición del medio frente a un suceso o un personaje para que, más adelante, en el editorial, dicha posición sea expresada.

En el consejo también se hace un balance de la respuesta del público frente al periódico y sus contenidos, así como de las debilidades y de las fortalezas de ésta. Es, de alguna manera, una junta de evaluación, así como un espacio donde se pueden tocar ciertos puntos e inquietudes que han surgido y a los que se les debe dar respuesta.

INVESTIGACIÓN

Como bien lo indica su nombre, es la fase donde se buscan las fuentes, ya sean directas o indirectas, y donde se recolecta la mayor información posible para redactar noticias, reportajes, crónicas y, en general, cualquier texto que quepa dentro del género periodístico.

Los temas se escogen a partir de los hechos, bien sean de carácter local, nacional o global, así como de lo que se decida en el consejo de redacción.

La misión o el fin de los fotógrafos e ilustradores en esta fase es conseguir material e imágenes que soporten y complementen los textos; sin embargo, el caso de los reporteros gráficos es un poco distinto, ya que ellos crean reportajes mediante imágenes.

Por lo general, en los periódicos, los temas de investigación los asigna el editor de cada sección a su equipo de trabajo, de manera que, al finalizar esta etapa, todos los temas hayan sido cubiertos e investigados.

La metodología que ocupe cada periodista para investigar su tema depende del género en el que esté trabajando, pues no es lo mismo investigar para hacer un reportaje que para hacer un perfil, ya que varían el tiempo, la profundidad, las fuentes, etc.

REDACCIÓN

La redacción es la etapa, dentro del funcionamiento de un periódico, donde cada periodista redacta su noticia, su crónica, su reportaje, su columna o la sección o parte del periódico que tenga a su cargo. Es una etapa de trabajo netamente individual, donde el periódico, en lo que atañe a sus textos, debe quedar armado con títulos y subtítulos y con cada una de sus secciones claramente definidas.

La redacción de cualquier texto para un periódico no es una cuestión de simplemente escribir hasta que se acaben las ideas, pues es vital tener en cuenta el espacio del que se dispone en cada página, espacio que es determinado por el editor de cada sección y que se asigna dependiendo de la importancia de la noticia o de la información. Por lo general, este espacio se determina una vez concluida la fase de investigación y cuando se haya definido el número de noticias e informaciones que el consejo de redacción decida que se han de publicar.

Los periodistas, en la redacción, deben prestar especial atención a la manera como dicen y narran los hechos, para evitar incurrir en equivocaciones que den lugar a malas interpretaciones por causa de los errores de estilo, de puntuación o de gramática, o por una interpretación errada de los hechos que narran. Es, por lo tanto, un momento sumamente delicado, pues en él se define, en gran medida, la esencia y espíritu del periódico o publicación, así como donde cada periodista hace uso del estilo personal que lo caracteriza y que lo hace reconocible para los lectores.

EDICIÓN

La edición es la fase donde se le dan los toques finales a los textos del periódico o publicación. Es en esta etapa donde se agregan puntos, se quita información, se corroboran datos y se le da uniformidad a la información sin que ésta pierda el estilo que cada periodista le ha impreso.

De la edición de cada sección se encargan, en primera instancia, los editores de cada una de ellas, ya que son quienes saben sobre cada tema y pueden corroborar la fidelidad de la información. Acto seguido, ésta pasa a manos del editor general, quien le da un último vistazo y aprueba definitivamente los textos

(cabe decir que, aunque el proceso de corrección de estilo empieza en la redacción, en la edición también se hace gran parte de ella).

Pero la edición no solamente tiene como objetivo corregir y depurar los textos y lograr que éstos estén perfectamente redactados, también tiene como fin lograr que la información sea bien interpretada, además de generar constantemente proyectos editoriales que le den vida y un estilo concreto a la publicación .

DIAGRAMACIÓN

Cuando se habla de diagramación se hace referencia a la parte visual de un impreso; es decir, al proceso de reunir, de una manera armónica, los textos e imágenes que pretenden ser entregados al lector. De esto se encarga el departamento de diseño del periódico.

La diagramación es una fase aparentemente sencilla, pero su complejidad radica en que de ella depende que haya una fácil lectura, que el cuerpo del texto sea correcto y proporcionado, que las imágenes sean comprensibles y concuerden con el texto o la información que están apoyando, etc. Los encargados de esto son los diseñadores, quienes, por lo general, se encargan de tareas o secciones específicas, siguiendo, eso sí, las directrices generales dadas por un diseñador jefe, que es quien da unidad visual y estilística al periódico para que éste se distinga claramente de los otros.

En el momento de llevar a cabo la diagramación, hay que tener en cuenta cuestiones como la caja tipográfica, la paginación, el cabezote, los títulos, los subtítulos, la fuente (letra) y su tamaño, los espacios, las gráficas, las fotos, las ilustraciones y la fecha del periódico, entre otras cosas. Cuando una publicación ya tiene claramente definida la manera en que resuelve las cuestiones

anteriores, generalmente hace uso de plantillas para facilitar el trabajo y para mantener una unidad visual y de estilo en todas y cada una de sus ediciones.

Por último, es importante decir que es en la diagramación donde se puede lograr que un impreso sea llamativo a primera vista, o que resulte un texto que no invita a ser leído.

IMPRESIÓN

La impresión consiste en imprimir sobre papel lo que inicialmente ha sido hecho de manera digital (en un computadora). Ésta, generalmente, se lleva a cabo en empresas especializadas y que cuentan con las máquinas indicadas para llevar a buen término el proceso de impresión de una publicación.

En el momento de imprimir se debe tener en cuenta el número de tintas con las que se pretende hacer el periódico (monocromía [una sola tinta] y policromía [más de dos tintas]). Esta es una información que ha de ser claramente indicada al impresor para que éste sepa qué tipo de máquina debe usar, así como para que determine las tintas, los colores y los porcentajes necesarios.

Otra cuestión importante es la del tiraje; es decir, el número de impresiones que se van a hacer (entre más grande sea el tiraje, más económica resulta la impresión, pues los costos de los insumos, la energía y la mano de obra requeridos son proporcionalmente mucho menores que los exigidos para un tiraje pequeño).

DISTRIBUCIÓN

La distribución es la última fase de la elaboración de un periódico o publicación. Su objetivo es hacerla llegar a todo su público (el colegio, la ciudad, el barrio, la empresa, la universidad, el país, etc.). Para ello existen varios métodos:

La distribución por suscripción, en donde las personas diligencian un formato y pagan un dinero que les da derecho a recibir por correo el periódico en el lugar que ellos decidan.

La distribución en sitios claves como tiendas, librerías, supermercados, puestos de periódicos, etc., para que todas las personas interesadas lo adquieran en estos lugares que se han "afiliado" al periódico para que, cada vez que éste sea impreso y publicado, se los hagan llegar para ellos venderlo.

La publicidad es parte importante de la distribución, pues por intermedio de ella, a través de la difusión que del periódico se hace en diversos medios de comunicación, ya sea para que las personas sepan de su existencia o para que se enteren de alguna novedad (bien sea de contenido o de forma) en su edición, se logra acceder a una gran cantidad de lectores potenciales.

5.1. Revista

Ya analizados los aspectos del Instituto Poblano, es posible apreciar las necesidades de crecimiento y para ello, nace la inquietud de crear una revista de tipo informativa dirigida a las mujeres sin importar el estrato sociocultural o demográfico al que pertenezcan.

Las revistas tienen las muchas ventajas en comparación con otro medio impreso como lo es el periódico, y por eso se convierten en algo más que un simple medio impreso digital.

La ventaja abrumadora de las revistas en relación con otros medios tanto impresos como radio y televisión es la capacidad de atraer y en consecuencia dirigirse a un público muy selecto. En el caso del Instituto Poblano de la Mujer. Puede basarse en características demográficas, de estilo de vida, o intereses especiales; las revistas también ofrecen selectividad geográfica con base regional.

Tal vez, mas que cualquier otro medio, las revistas atraen público por el contenido. Aunque la programación de la televisión también atrae público por el interés, las revistas tienen la ventaja adicional de la exposición voluntaria a la publicidad. Pero también la capacidad de modificar el tamaño del anuncio, el uso del color, los espacios en blanco y la atención de los intereses especiales del público, las revistas presentan un ambiente creativo favorable.

Es importante recordar que a diferencia de los periódicos, las revistas se pueden guardar para consulta y no requieren de un cuidado especial como lo es el periódico. Desafortunadamente las revistas de cualquier índole son amenazadas por una desventaja y ésta es, la delimitación del grupo de interés sea más reducida, de menos alcance o global que tenga la revista.

En este capítulo se planea la propuesta de crear una revista de carácter informativo dirigida al mercado femenino con la idea de extender la imagen del Instituto Poblano de la Mujer. Dar a conocer sus actividades y orientar a la mujer poblana para una mejor calidad de vida.

Esta propuesta se crea con la necesidad de difundir el apoyo de la mujer en Puebla y por tal motivo se tomaron en cuenta dos consultas que fueron de gran importancia para el desarrollo de esta propuesta.

1. - Se entrevistó al personal que labora en el Instituto Poblano de la mujer, para saber cuáles son los servicios que se ofrecen en dicho instituto.

2. - Se desarrolló un grupo focal para saber cuáles son las necesidades o inquietudes de las mujeres en Puebla. En el grupo focal se planteó una presentación del Instituto Poblano de la Mujer con sus servicios y de igual forma

se escucharon las sugerencias de las mujeres y se obtuvo la siguiente información.

Se le hicieron las siguientes preguntas a 10 mujeres que acuden al Instituto Poblano de la Mujer.

- 1 - ¿A qué se dedican?
- 2 - ¿Cuál es su edad?
- 3 - ¿Cuál es la zona en donde viven?
4. - ¿Qué servicio de los que ofrece el Instituto Poblano de la Mujer les interesa más?
5. - ¿ Con qué frecuencia pueden acudir al instituto?
6. - ¿ Les interesaría una revista que las mantuviera informadas del Instituto?
7. - ¿Sobre qué temas les interesa saber?
8. - ¿ Les gustaría una revista quincenal o mensual?
9. - ¿Qué sienten que las identifica como mujer?
10. - ¿Qué servicio te gustaría que hubiera en el Instituto?
11. - ¿Qué consideran que en la actualidad es lo más importante para la mujer?

Las mujeres que participaron en este grupo focal comentaron lo siguiente:

Todas las mujeres entrevistadas viven en colonias de clase media o media baja de la ciudad de Puebla, acuden al instituto entre 1 y 2 veces por mes por la lejanía, generalmente usan los servicios psicológicos y asistencia legal.

Las mujeres entrevistadas oscilaron entre los 20 y 40 años. Al momento de mencionarles la posibilidad de una revista, a todas les pareció una muy buena opción, pues consideraron importante que las mujeres conozcan los servicios que brinda el instituto, también les pareció una forma de poder interactuar con el instituto, sin importar en qué lugar de la ciudad vivan.

Los temas de interés de estas mujeres fueron; salud, paseos, psicología, asistencia legal, ideas para mejorar su hogar, cómo poder conseguir trabajo o alguna forma de obtener ingresos, pues el nivel de estudios que tienen algunas de ellas es la secundaria.

Una sugerencia mencionada por las mujeres es la de colocar una especie de sucursal del instituto para que de esta manera mayor número de mujeres puedan tener acceso a éste.

Sacando una evaluación más específica se llegó a la conclusión de que la revista estará compuesta por las siguientes secciones:

- *Salud - Cuídate
- *Belleza – Embellécete
- *Asesoría jurídica - Oriéntate
- *Viajes – Aventúrate
- *Cultura – Recréate
- *Talleres – Empléate
- *La mujer del Mes - Entérate

El título de estas secciones se aplica con palabras muy comunes, las cuales tratan de tener un acercamiento con las lectoras y de esta forma poder crear un ambiente de confianza entre la lectora y la revista. A continuación se describe cada una de las secciones que se presentarán en la revista.

SALUD:

A nivel mundial, la humanidad se ve amenazada por diversos factores como la contaminación y el uso de productos químicos para la alimentación entre otros. La mujer se ve amenazada por enfermedades que de no atenderse a tiempo pueden ser perjudiciales para su salud. En esta sección se informa sobre enfermedades, como prevenirlas, y como hacerles frente.

BELLEZA:

El cuidado personal es un elemento importante para las mujeres, y en estos tiempos la mujer se desenvuelve en otros medios como el trabajo y por eso es importante mantener una buena autoestima.

ASESORÍA JURÍDICA:

En pleno año 2004 es indignante que exista un racismo hacia las mujeres, violencia intrafamiliar, o un abuso laboral o de cualquier índole. En esta sección es posible informar a las lectoras que las mujeres están protegidas por la ley y se les motiva para que usen sus derechos como seres humanos y sobre todo como mujeres.

VIAJES:

Actualmente, las personas se encuentran bajo un ritmo de vida en el que no les es posible en ocasiones tomarse un tiempo para descansar y liberar el estrés. En esta sección se proponen rutas turísticas, tanto en la capital poblana, como en sus alrededores y zonas como en la Sierra Norte de Puebla.

CULTURA:

Puebla es reconocido como un estado importante en cultura, y con el impulso del gobierno, se han creado más espacios para el desenvolvimiento de esta actividad en la Angelópolis, pero de nada sirve si no se le da una buena difusión. Semanalmente se presentan eventos en la Angelópolis que pueden cultivar el conocimiento de las lectoras, y para ello se ofrece una agenda mensual de los eventos culturales enriquecida con crónicas de algunos eventos que puedan ser atractivos para las lectoras.

TALLERES:

La mujer goza de varias habilidades en algunas ocasiones las usa para crear un ingreso extra o simplemente para distraer su atención de la rutina diaria, actividades como; cerámica, repujado, velas, arreglos florales, etc. Son las que se ofrecerán en esta sección.

LA MUJER DEL MES:

El mundo sobresaliente no solo es del sexo masculino, también pertenece a la mujer. En esta sección se rinde un espacio en donde se presenta a una mujer que ha sobresalido en el ámbito empresarial o también en otra actividad en la que sobresalga y sea un ejemplo a seguir.

PSICOLOGÍA:

El estrés y la depresión son males que pueden sufrir las mujeres, desafortunadamente no sólo esos males pueden invadir la mujer, también existen momentos que pueden perjudicar psicológicamente como la violencia o el abuso sobre la mujer, por eso se ofrecen artículos especializados sobre tratamiento de algún problema psicológico o planteando el síntoma de algún mal que pueda padecer la mujer.

BOLSA DE TRABAJO:

Este espacio se brinda para que las mujeres puedan ver qué oportunidades mensuales de empleo existen. Así como un breve artículo que le antecede para ayudarles y orientarles en la preparación de una entrevista de trabajo, o elaboración de un Curriculum Vitae.

También en la revista se colocará un directorio de los diversos servicios que ofrece el Instituto Poblano de la Mujer, de esta forma las mujeres a las que no

les es posible acudir al instituto frecuentemente, podrán recibir una asistencia telefónica.

La revista que se propone para el Instituto Poblano de la Mujer contiene una imagen femenina, entusiasta y creativa para poder tener la aceptación esperada con el mercado meta, para eso se analizan algunos elementos de la imagen de la revista, como lo son:

Logotipo: El logotipo del Instituto Poblano de la mujer representa cinco siluetas femeninas en tono modernista, las cinco figuras cambian de color, las cuales reflejan la niñez, la adolescencia, la juventud, y la madurez.

Tipografía: Se usa la fuente llamada futura, la cual es una letra muy fresca, juvenil y que permite una lectura fácil y no cansada a la vista, y fácil de apreciar a cualquier distancia dentro de lo razonable.

Portada:

Color: El color es importante porque siempre suele ser más atractivo para el receptor de la información en este caso la lectora, propone manejar una gama de miles de colores, debido a que la impresión al hacer el tiraje no requiere tanta calidad y es mas que suficiente para obtener la calidad deseada para la revista. En caso de logotipos y títulos se usará un pantone específico porque se debe considerar la imagen de cada artículo en los próximos tirajes.

Papel: En la propuesta de la revista se consideraron diferentes tipos de papel como el revolución, couche, opalina, glossy entre otros y se tomó la decisión de imprimir en papel couche brillante, por las siguientes razones:

Este papel contiene un gramaje de .27% de algodón y por lo mismo, permite que la tinta sea absorbida uniformemente de tal modo que los registros de impresión sean los más apropiados para la capacidad esperada. Finalmente los colores resaltan y de esta forma pueden captar la atención de las lectoras.