



**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**

FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS

EAP. DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Rediseño y edición de una revista científica *Radiología al día* (2010-2011)

**INFORME PROFESIONAL**

Para optar el Título de Licenciada en Comunicación Social

**AUTOR**

**Minerva Ivonne Mora Alvino**

LIMA – PERÚ  
2013

# ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	5
CAPÍTULO 1	
EL QUEHACER PROFESIONAL.....	8
1.1 Identificación.....	8
1.2 Organización donde se realizó la experiencia.....	9
1.3 Objetivos.....	11
1.4 Público objetivo.....	12
1.5 Estrategias de trabajo.....	12
CAPÍTULO 2	
SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	13
2.1 Objeto de sistematización.....	13
2.2 Objetivos de la sistematización.....	14
2.3 Espacio temporal de la sistematización.....	15
CAPÍTULO 3	
EJES TEMÁTICOS DE LA SISTEMATIZACIÓN.....	16
3.1 Periodismo especializado.....	16
3.1.1 Periodismo científico.....	17
3.1.1.1 Revistas especializadas.....	17
3.1.1.2 Tipos de revistas.....	19
3.2 Diseño de medios impresos.....	20
3.2.1 Diseño periodístico.....	20
3.2.2 Identidad de la marca.....	23
3.2.3 El rediseño.....	25
3.3 Edición periodística.....	27
3.3.1 Concepto.....	27
3.4 El editor.....	30
3.4.1 Perfil del editor.....	30
3.4.2 Funciones del editor.....	32
CAPÍTULO 4	
METODOLOGÍA DE LA SISTEMATIZACIÓN.....	34
4.1. Proceso de sistematización.....	34

<b>CAPÍTULO 5</b>	
<b>RESULTADOS DE LA SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL.....</b>	<b>38</b>
5.1 Descripción.....	38
5.2 Contextos de la experiencia.....	39
5.2.1 Contexto nacional.....	39
5.2.2 Contexto institucional.....	40
5.3 Aspectos centrales de la experiencia.....	41
5.3.1 Evaluación y propuesta del rediseño.....	41
5.3.2 Proceso de rediseño.....	43
5.3.3 Trabajo en equipo.....	47
5.3.4 La subedición.....	49
<b>CAPÍTULO 6</b>	
<b>BALANCE DE LA EXPERIENCIA.....</b>	<b>52</b>
6.1 Logros y avances.....	52
6.2 Problemas y tareas pendientes.....	54
6.3 Aportes.....	56
6.3.1 Nivel Teórico-conceptual.....	56
6.3.2 Nivel Profesional.....	57
6.3.3 Nivel Técnico-instrumental.....	57
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>63</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>65</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>67</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>69</b>
Anexo 1: MATRIZ.....	70
Anexo 2: GUÍA DE ENTREVISTAS.....	71
Anexo 3: ANTES DEL REDISEÑO.....	80
Anexo 4: CON DEL REDISEÑO.....	84

A Dios por ser mi fuente de energía. A mi papá Enrique y a mi mamá Fita por cuidarme desde el cielo.

A mis padres por motivarme para cumplir mis metas.

A Jesús Raymundo por confiar en mí.

## INTRODUCCIÓN

Hace cuatro años dejé las aulas universitarias sintiéndome preparada para ingresar al medio de comunicación que deseara, porque creía tener las herramientas suficientes para lograrlo. Cuando ingresé al mercado laboral descubrí que habían aspectos que no me enseñaron en la universidad, sino que tenía que aprender en la práctica diaria. Empecé como practicante en Artífice Comunicadores y conocí otro periodismo, uno que la mayoría de jóvenes profesionales desconoce o por la que no apuesta: la consultoría de medios, la cual consiste en asesorar a las organizaciones en la mejora de determinados procesos de su comunicación externa e interna.

Escribir artículos para revistas especializadas fue un reto. Aunque tenía la técnica, debía conocer los temas y las fuentes más apropiadas para redactar las notas, de acuerdo al estándar de los expertos. Escribía artículos sobre educación, responsabilidad social, minería hasta temas portuarios y de agroexportación.

A diferencia del diarismo, este tipo de trabajos requiere conocer detalles de los temas y profundizar en ellos. Por eso, el tiempo de elaboración es mayor. Además, se necesita contrastar la información con fuentes especializadas, ya que la mayoría de revistas que elaboramos se dirigen a públicos segmentados del país y el extranjero. La información debe ser exacta.

Luego de practicar por seis meses fui contratada como redactora. Mi formación a profundidad estuvo a cargo de mi editor Jesús Raymundo, quien vio en mí el potencial para alcanzar el cargo de editora. En el corto plazo empecé a encargarme de las

coordinaciones de varios productos de la empresa como las revistas *APN*, de la Autoridad Portuaria Nacional; *Mundo Médico*, del Colegio Médico del Perú, y *Radiología al día*, del Centro Diagnóstico por Imágenes. En esta última no solo apliqué mis conocimientos en redacción y coordinación, sino también empecé a trabajar la fotografía y la edición.

Han pasado cinco años en los que he adquirido mayor conocimiento y tengo la información suficiente como para compartirla con otros profesionales de la especialidad. Debido a que la titulación aún era una asignatura pendiente en mi carrera opté por sistematizar lo aprendido con *Radiología al día*, ya que fue el producto que recibí desde el proceso de rediseño. En una etapa de crisis financiera internacional, pero crecimiento económico interno se lanza la edición 25 de la revista con un nuevo rostro.

Gracias a la sistematización de esta experiencia he logrado integrar los criterios del rediseño desde el ángulo de un periodista y un diseñador gráfico, así como identificar aspectos que aún deben pulirse para mejorar el proceso de elaboración de la revista y ser más eficientes en el resultado final. Analizar los pasos para rediseñarla me permitió conocer la estructura que se maneja en cualquier medio impreso y que es válido para aplicarse en el caso que corresponda.

En ese sentido, he tratado de segmentar los momentos por los que atravesó mi experiencia *El rediseño y la edición de una revista científica: Radiología al día (2010-2011)*. El informe profesional se ha dividido en seis capítulos donde se detalla la experiencia. En el primero se presenta una descripción de mi quehacer profesional en Artífice Comunicadores y los objetivos como empresa.

En el segundo capítulo se encuentra el detalle del objetivo de sistematización y los objetivos de este proceso, así como el espacio temporal en el que se realiza. En el tercer capítulo hallarán los ejes temáticos que sustentan mi experiencia y me permiten analizar cada uno de los pasos que di en el trabajo de rediseño y edición de *Radiología al día*. Los ejes temáticos están divididos en Periodismo científico, Diseño gráfico, Edición periodística y Funciones del editor.

En el cuarto capítulo se describe la metodología de la sistematización, las etapas del proceso, las herramientas y técnicas utilizadas para llevar a cabo este informe profesional. En el caso del quinto capítulo, se podrá revisar información detallada sobre los contextos de la experiencia y el desarrollo por etapas del proceso de rediseño y edición de *Radiología al día*, desde la elaboración de la propuesta al cliente hasta la impresión de la revista.

Finalmente, se detallan las conclusiones y recomendaciones donde se elabora un balance de la experiencia que consiste en los logros alcanzados en la experiencia, así como los problemas que surgieron y los aportes para resolverlos. Al finalizar la presentación se anexan algunos documentos de valor sobre mi experiencia, los cuales pueden utilizar o adaptar en sus respectivas áreas laborales.

# CAPÍTULO 1

## EL QUEHACER PROFESIONAL

### 1.1 Identificación

Artífice Comunicadores –empresa en la que laboro desde hace casi cinco años–, con nueve años en el mercado de las comunicaciones, cuenta con tres líneas de servicios: prensa y difusión, contenidos e investigación. En el área de prensa y difusión brinda asesoría de comunicaciones para empresas, eventos y personajes públicos. En el área de contenidos elabora material periodístico en diversos formatos, como escrito, audio, imagen y audiovisual para instituciones públicas y privadas que la requieran.

En tanto, en la línea de investigación se trabajan temas vinculados con la cultura peruana. Entre los clientes de la empresa se encuentra Diagnóstico por Imágenes, un centro especializado en servicios radiológicos dedicados al diagnóstico por imágenes en odontología. La institución es dirigida por el doctor Hugo Aguayo Olivares, director del Diplomado en Odontología de la Universidad Científica del Sur.

La institución publica cada cuatro meses la revista *Radiología al día*, a fin de transmitir a la comunidad científica información actualizada sobre temas de interés para el sector, como casos radiológicos especializados, tecnología de última generación y nuevos tratamientos odontológicos. Desde hace un año y medio la revista es diseñada y editada por Artífice Comunicadores.

El área de edición adjunta se encarga de la producción de la revista. El proceso se inicia con la propuesta de los temas que se incluirán en la revista, los cuales son discutidos con los directivos de la empresa Diagnóstico por Imágenes. Luego de establecer un



cronograma de publicación, el equipo de redactores recibe los temas que deberá trabajar en la edición.

Con la entrega de las notas se inicia el proceso de edición y diagramación de la revista para enviarlas a las fuentes principales de cada artículo, quienes deberán revisarlas y entregarlas al editor para efectuar las precisiones necesarias y recibir la aprobación final del director de la institución. Al concluir el proceso, la revista es enviada a la imprenta para su posterior distribución.

Al igual que la revista *Radiología al día*, Artífice Comunicadores también edita la revista APN, de la Autoridad Portuaria Nacional; y la revista científica de la Sociedad Peruana de Oncología Médica (SPOM), así como la revista Másventas y los especiales del Área de Suplementos del Grupo El Comercio.

## **1.2 Organización donde se realizó la experiencia**

De acuerdo al Manual de Funciones de Artífice Comunicadores, la empresa periodística tiene como visión proyectarse como líder en el ejercicio y la enseñanza de la práctica de las comunicaciones. En tanto, su misión se orienta a realizar trabajos de comunicación a iniciativa propia o a solicitud de empresas o personajes públicos o privados, nacionales o extranjeros, con un desempeño ético y productos de calidad.

Editó la revista *Mundo Médico* (2004-2009) del Colegio Médico del Perú (CMP); la *Revista Oficial del Colegio de Químicos del Perú* y *MAJU*. Ha producido el programa *Mundo Médico Radial* que durante dos años se emitió por radio San Borja y ha realizado sociodramas, *spots* y cuñas radiales en quechua chanka para la agencia Inforegión.

En el área de prensa y difusión ha conducido campañas de prensa de la Universidad Peruana Cayetano Heredia, la ONG Alternativa, la Asociación Civil Inti Raymi, Proyecto Alpaca Cusco, Programa Centros de Servicios Empresariales, Servicios Educativos Promoción y Desarrollo Rural (Separ), la Municipalidad Provincial de Satipo, Canto Andino Producciones, la Asociación Cultural Dansaq de Ayacucho, entre otras.

En la actualidad, asesora en prensa y comunicaciones al instituto Cibertec y a la Universidad Privada del Norte (UPN). En el área de investigaciones ha realizado trabajos para publicaciones del Grupo El Comercio, la Fundación Avina, la Universidad Nacional Agraria La Molina, Desco, la ONG Care Perú y la Asociación Civil Inti Raymi.

Como empresa de comunicaciones participa con convicción en el crecimiento del Perú en base al emprendimiento de su población. Al mismo tiempo, es entusiasta partícipe del desarrollo de la profesión periodística con una calidad competitiva a nivel mundial. Por eso, el Reglamento de la organización sostiene que en cada ámbito del quehacer profesional, la conducta de un integrante de Artífice Comunicadores deberá regirse por siete principios básicos.

En primer lugar, respeta la competencia de los miembros de la empresa y se aleja de la mediocridad profesional y humana. En segundo lugar, propicia una actitud positiva frente a la realidad, controlando lo negativo y potenciando lo positivo. Una buena actitud seduce a las personas del entorno y libera la energía para alcanzar las metas.

En tercer lugar, se trabaja con rigurosidad en la información y prudencia en las

decisiones y acciones. Se debe recapacitar con prontitud ante la precipitación, la obstinación y la jactancia. En cuarto lugar, motiva y exige la actualización permanente y el gusto por la lectura. La creatividad es parte esencial del trabajo en Artífice Comunicadores.

Por eso, se deben reforzar las habilidades para realizar el trabajo (conocimiento), las aptitudes transversales (liderazgo, trabajo en equipo, etc.) y la *performance* (informática, administración, etc.). Los profesionales que laboran en Artífice Comunicadores actúan regidos bajo la ética periodística, impulsa la excelencia profesional y la calidad del servicio. Así se logra mantener una relación apropiada con los clientes, proveedores, comunidad y el Estado.

### **1.3 Objetivos**

- Lograr que la revista *Radiología al día* de la institución Diagnóstico por Imágenes sea consultada no solo por especialistas, sino también por estudiantes universitarios y personas interesadas en conocer más de la radiología.
- Emplear un lenguaje de fácil entendimiento para un público más amplio, pero sin dejar de lado la esencia informativa y especializada de los temas de interés para la institución, de acuerdo al Manual de redacción de la empresa.
- Controlar y supervisar el desempeño de cada miembro del equipo periodístico para que el cronograma de elaboración de la revista se cumpla en los plazos estipulados.
- Garantizar la calidad de los artículos y las fotos que las acompañan, a fin de que el cliente se sienta satisfecho con el producto, que será el que identifique a la

institución cuando se publique.

#### **1.4 Público objetivo**

La revista *Radiología al día* tiene como público objetivo a los radiólogos y odontólogos del Perú, a quienes se les transmite información de valor, de acuerdo a su especialidad.

#### **1.5 Estrategias de trabajo**

Para obtener resultados óptimos en la edición de la revista *Radiología al día*, contamos con un equipo de profesionales en el que se mezcla la juventud y la experiencia. El objetivo es brindar calidad en el servicio que ofrecemos al cliente. Para la elaboración de la publicación, cada integrante tiene establecidas sus funciones, desde el coordinador, el redactor, el fotógrafo y el diseñador.

Con el apoyo de un cronograma de cierre, se distribuyen los temas que cada redactor deberá trabajar. En ese tiempo, el coordinador realiza un seguimiento diario para que los plazos propuestos se cumplan. Para lograr los resultados esperados se mantiene una comunicación fluida y horizontal entre todos los integrantes del equipo, así como con el cliente.

A medida que se redactan las notas, se entregan a la editora de Contenidos, quien realizará la primera revisión detallada de los artículos para luego enviarlos al editor general. Con su aprobación, los textos son diagramados y enviados al cliente para su revisión y aprobación. De esta manera, se cumple con éxito la publicación de la revista y su distribución entre los profesionales radiólogos y odontólogos del país.

## CAPÍTULO 2

### SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

#### 2.1 Objeto de sistematización

Desde hace siete años, la empresa Diagnóstico por Imágenes cuenta con la revista *Radiología al día*, que difunde temas radiológicos orientados al diagnóstico por imágenes en odontología. La revista se encuentra disponible en versión impresa y en la página web de la institución. Se distribuye de manera gratuita en las ciudades donde cuenta con actividad comercial, como Lima y Arequipa.

Pese al posicionamiento de la publicación en el sector, la empresa decidió realizarle un rediseño para renovar su imagen. El objetivo era convertir a la revista en un medio que difundiera información especializada, pero con un lenguaje más dinámico. Así, Artífice Comunicadores fue convocada a postular como editora de la revista.

Los objetivos planteados al Centro Diagnóstico por imágenes fueron tres. En primer lugar, fortalecer la presencia de Diagnóstico por Imágenes en el público objetivo. Esto implica informar sobre las innovaciones que la empresa realiza en servicios y tecnología. En segundo lugar, difundir la experiencia en temas de radiología dental de los profesionales de la institución.

En tercer lugar, se propuso promover la participación de los colegas como fuentes de información en los temas vinculados con la radiología dental. Gracias a este planteamiento se aprobó el proyecto presentado por Artífice Comunicadores. En cada edición se publicarían 10 mil ejemplares de 24 páginas, de 20.5 x 28.5 centímetros.

Debido a la frecuencia trimestral de la revista, se orientó la propuesta editorial hacia

una temática inactual que informa a los lectores sobre temas científicos y otros de interés profesional. Se trabajaron diez secciones: Portada, Servicio, Noticias, Tema de Portada, Caso radiográfico, Tema Central, Especialización, Entrevista y Tecnología.

A partir de la experiencia del rediseño y de la edición de la revista *Radiología al día* se trabajó la sistematización del proceso para su elaboración. Para elegir este tema se consideraron tres criterios: relevancia, aplicabilidad e innovación. La experiencia es relevante porque los aspectos que se tomaron en cuenta para el rediseño de la revista brindaron buenos resultados, como lograr que el número de lectores se incrementara.

Asimismo, se le considera aplicable porque este tipo de publicaciones se podría replicar en otras instituciones que necesiten reformular su estilo de acuerdo con su público objetivo. En el caso de *Radiología al Día* se trabajó un rediseño y una metodología de edición que relaciona la información especializada con la noticia, a fin de ampliar su campo de difusión.

## **2.2 Objetivos de la sistematización**

- Contribuir con el mejor desempeño de los periodistas en el proceso de rediseño y edición de una revista especializada. Compartir el trabajo de coordinación, planificación y ejecución que se efectúa con el cliente y el equipo periodístico.
- Establecer los principales criterios que se consideran en el rediseño de una revista especializada para mejorar la recepción de la publicación con su público objetivo.
- Mostrar un material de estudio didáctico, que muestre las principales características que debe poseer una revista especializada, a fin de que sea revisado no solo por

especialistas, sino también por estudiantes y profesionales de las carreras que involucra la publicación.

### **2.3 Espacio temporal de la sistematización**

La revista *Radiología al día* se publica tres veces al año. El análisis abarca las cuatro ediciones que se realizaron a partir del rediseño de la publicación, que se llevó a cabo en el 2010. Corresponde a las ediciones 25, 26, 27 y 28, que se difundieron entre el 2010 y el 2011.

## CAPÍTULO 3

### EJES TEMÁTICOS DE LA SISTEMATIZACIÓN

#### 3.1. Periodismo especializado

El periodismo tiene un carácter intermediador entre el mundo del conocimiento y la sociedad. Cada especialidad no está aislada de la sociedad, sino que existe una conexión. Además, las especialidades no surgen por generación espontánea, sino que pertenecen a ramas del saber que suelen ofrecer perspectivas globales más o menos claras, lo cual permite una subordinación interna de cada especialidad.

En el periodismo especializado los hechos siguen siendo sagrados, pero las opiniones deben ser sobre todo responsables porque tratándose de conocimiento experto no puede valer igual la opinión de un especialista que la de un sujeto circunstancial. El periodista especializado debe opinar, se le pide que opine y esta debe valorarse en la medida que toda opinión científica esté presente.

El periodismo especializado introduce en el sistema componentes nuevos y diferenciados del tradicional sistema informativo de los medios de comunicación. Según algunos autores (Fernández del Moral, 1993), existen tres niveles de especialización. El primero lo constituye el mismo conocimiento científico en el que coexisten especialistas de todas las procedencias agrupados en macroáreas temáticas, las ciencias sociales, las humanidades, las de la salud y las científico técnicas experimentales.

En el segundo, cada una de las ciencias son conocidas por separado: el derecho, la medicina, la economía, la farmacia, la geología, entre otras. El tercer nivel de especialización lo componen cada una de las especialidades: la física nuclear, el derecho



mercantil, la traumatología, entre otras. Así, cada vez que algún acontecimiento de carácter sanitario o catastrófico medioambiental salta a los medios de comunicación, esta falta de entendimiento se pone de manifiesto. Por eso, la relación del periodismo con la fuente deberá abrir cauces eficaces de comunicación interdisciplinar.

### **3.1.1 Periodismo científico**

El papel que desempeñan los medios de comunicación a la hora de informar y de divulgar sobre ciencia y tecnología es primordial en la nueva sociedad de la información y del conocimiento. Por un lado, porque la ciencia está enraizada en la vida cotidiana de una manera visible para cualquier ciudadano y, por lo tanto, porque ciertos ámbitos como la salud, el medioambiente, la genética y la informática provocan repercusiones sociales considerables.

Esto implica que la ciencia y la tecnología estén cada vez más presentes en los medios de información en cualquier soporte tradicional o digital y que, en consecuencia, se necesiten especialistas en comunicación científica. La falta de especialización de los periodistas que cubre la información científico y técnica genera en numerosas ocasiones que los mensajes emitidos o publicados sean de escasa calidad.

#### **3.1.1.1 Revistas especializadas**

La comunicación científica se realiza tradicionalmente a través de la publicación de artículos en revistas especializadas, las cuales constituyen el vehículo por excelencia de la comunicación del conocimiento científico. La importancia del artículo científico alcanza su

máximo exponente en el caso de las Ciencias de la Naturaleza y Experimentales, donde según la estimación de algunos autores (Sánchez Nistal, 1998), representa en torno al 85% de todo lo que se publica, mientras que en Ciencias Sociales y Humanas, esta cifra apenas alcanza el 40 %-45 %.

El concepto de revista encarna todas las funciones principales que han de cumplirse en la comunicación científica, teniendo como principal elemento la certificación de calidad. Otras funciones importantes propias de la revista son aquellas que hacen referencia al registro, es decir, a la protección legal de los derechos de autor, al conocimiento directamente relacionado con la revelación de los resultados de la investigación y la búsqueda del saber y, por último, a la función de archivo relacionada con el almacenamiento, accesibilidad, etc., que asegura la estabilidad de la información.

La mejor garantía de calidad formal es la realizada por el sistema de revisión establecido por la revista. Los editores tienen, en cierta medida, la responsabilidad de salvaguardar la reputación de una revista y, de este modo, el prestigio de los científicos que publican sus trabajos en ella. En este sentido, cabe recordar que la función de la comunicación y la de la recompensa de los autores están estrechamente vinculadas al estatus de la revista. La garantía de calidad debe ser y seguirá siendo la cuestión más esencial en la comunicación científica.

Desde un punto de vista sociológico, las revistas no deberían considerarse, en principio, solo como recursos para comunicar de forma eficiente la información científica, sino como un eslabón en el sistema de evaluación. "El sistema de revistas existente cumple un papel eficaz colaborando en la comunicación de la nueva investigación de alta calidad. En orden a comprender las funciones de las revistas

científicas, debemos considerar su influencia en el crecimiento del conocimiento científico; en particular debemos ver a las revistas como un elemento en el sistema de evaluación" (Cole, 2000).

### **3.1.1.2 Tipos de revistas**

Existen dos grupos de revistas, las 'académicas' y las 'profesionales'. La revista académica contiene trabajos cuya información está dirigida ante todo a la comunidad científica y académica. Estos trabajos pasarán habitualmente el proceso de revisión. En cambio, una revista profesional está dirigida a una audiencia mucho más restringida como es los miembros de una profesión. Su contenido trata fundamentalmente de mantener informado a este colectivo de los últimos avances relativos a su profesión.

Estos trabajos no suelen ser revisados por la comunidad científica y académica. La diferencia fundamental entre las revistas académicas y las profesionales es la ausencia de procedimientos formales de revisión en estas últimas, lo cual no tiene por qué interpretarse como superioridad o inferioridad; sino que refleja el hecho de que las revistas están dirigidas a distinto tipo de audiencias. El amplio atractivo de las revistas académicas, tanto en términos de su cobertura temática como de su alcance geográfico, les confiere una aceptación internacional diversificada.

Por otra parte, las revistas constituyen un medio indirecto para evaluar la actividad investigadora de los autores que publican sus resultados en las mismas. En este sentido, un procedimiento de evaluación que pretenda ser universal en su aplicación, considerando que todas las ciencias funcionan de manera análoga, es erróneo, ya que la Ciencia no es una, sino múltiple. Esta diversidad debe encontrar reflejos en el procedimiento y los criterios

empleados para la evaluación de la actividad investigadora.

Aunque no podemos olvidar que la Ciencia es eminentemente una actividad internacional, cuyos resultados deben ser difundidos entre la comunidad científica internacional, tampoco podemos olvidar lo que tiene de utilidad nacional. La difusión de los nuevos conocimientos se hace en función de los objetivos perseguidos en la investigación.

La investigación de naturaleza básica que contribuye con el progreso del conocimiento universal (la llamada ciencia internacional de interés en el mundo industrializado), cuyos resultados son difundidos en revistas internacionales y la aplicación, cuyos estudios están orientados a la solución de problemas locales y, por tanto, son de interés preferentemente local (ciencia nacional), que se publica en revistas nacionales.

## **3.2 Diseño de medios impresos**

### **3.2.1 Diseño periodístico**

Antes, las revistas para clientes, dirigidas de manera exclusiva a los usuarios, se adquirían en el mismo establecimiento, contenían poco más que ofertas especiales y recetas elaboradas con los productos que se vendían en la tienda. De acuerdo a Zappaterra (2008), hoy los responsables de las marcas comprendieron que para que una revista dirigida a los clientes funcione tiene que ser informativa y entretenida, además de emplear mayor sutileza al incluir las ofertas y promociones.

En una publicación impresa, como una revista, el diseño desempeña diversas funciones, como el dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la

atención de los lectores y estructurar el material de manera clara. De esta manera, los objetivos se desarrollan de forma cohesionada para lograr un producto final agradable, útil e informativo.

El diseño de una publicación depende totalmente de qué es y de para quién es. El buen diseño depende de que el diseñador comprenda ambas cosas en profundidad. Para demostrar que así es, un diseñador editorial debería ser capaz de definir su publicación sin dificultad, afirmar con claridad sus objetivos y su propósito, definir a los lectores de la publicación, no solo en términos demográficos o de mercado, sino como individuos, entender las necesidades de sus lectores y entender la estructura de la publicación, saber quién controla las finanzas, cuál es la cadena de mando, cómo se vende y cuál es la influencia de los anunciantes (Zappaterra, 2008, p. 29).

Para Suárez Carballo (2008), el diseño periodístico constituye una particular rama del diseño gráfico, y como tal, supone una precisión de esa actividad concebida como la traducción e interpretación de determinados mensajes desde el plano formal, dentro de un entramado semántico, cultural y sígnico. Además de comprender habilidades de carácter intelectual, organizativo y manual, se requiere de un conocimiento exhaustivo de los procesos informativos del periodismo impreso.

El diseñador de prensa debe dominar tres áreas básicas para construir de manera eficaz el mensaje gráfico. En primer lugar los medios tecnológicos, los cuales son instrumentos técnicos que utiliza el emisor de manera determinante en el resultado final del mensaje. En segundo lugar figura la sintaxis de la imagen y las características de la percepción humana.

Esto consiste en dominar la alfabetización visual y el comportamiento de la percepción del receptor, que son esenciales para la elaboración de mensajes eficientes. La creatividad, la originalidad y las innovaciones estéticas contribuyen con la activación de

los mecanismos atencionales y favorecen la capacidad persuasiva para la lectura de mensajes.

Es en la estructura periodística donde se definen las grandes secciones que tendrá la publicación, como los especiales y las características que tendrá. Asimismo, se precisa el orden y los pesos que tendrán. La información deberá ser convertida en una estructura gráfica para que armonice con intenciones del editor, como son la definición de infografía, colores y criterios compositivos. La relación del producto convierte al servicio final en una síntesis de la función.

Cumpa Gonzáles (2002), señala que la diagramación deberá ser convertida a una estructura gráfica que armonice con las intenciones del editor (definición de tipografía, colores, criterios compositivos, tratamiento de las imágenes, aplicación de recursos gráficos como líneas, tramas, texturas de fondo, recuadros, marcadores de leyendas, de autores, viñetas). Esta relación convierte al producto final en una síntesis de la función y la forma de un mensaje impreso.

Para el diseñador, las revistas de marca pueden representar una alternativa fresca a las presiones cotidianas del mundo de las revistas comerciales. Todos los diseñadores deben enfrentarse y trabajar en un entorno comercial. Para las revistas tradicionales eso solo significa venderse. Para conseguir este objetivo existe un único modelo de negocio que se basa en los mismos canales de distribución y venta que los de sus competidores. Cuando se lanza una revista de marca el diseñador se enfrenta desde el principio a una página en blanco.

### 3.2.2 Identidad de la marca

Las revistas siempre han sido un vehículo para mantenerse comunicado con el cliente potencial. Por eso, hoy el anunciante ha dejado de comprar espacios en blanco de una página para colocar su anuncio y ha decidido publicar sus propias revistas. Se identifica con un conjunto de valores y creencias que el lector asocia a la revista. A través de ella, el anunciante quiere aprovechar la relación singular que se establece entre el lector y la revista, que es muy distinta a la que se genera en cualquier otro medio.

Según Jeremy Leslie (2003), hace solo algunos años las revistas han empezado a entenderse como marcas comerciales. Las portadas, los contenidos y la publicidad debe encajar en el concepto de la marca. En este contexto, las empresas empezaron a explorar nuevas relaciones con los editores y a preguntarse por qué no producir una revista alrededor de una marca en lugar de simplemente hacerla aparecer.

En los últimos veinte años, este tipo de publicaciones han pasado de ser una serie de lóbregas revistas gratuitas de producción muy barata, con un diseño poco mejor que el de catálogos más decentes para las que se acuñó la fea palabra *magalogue* (contracción de las palabras inglesas *magazine* y *catalogue*). (Jeremy Leslie, 2003, p.13).

Para que una nueva publicación se posicione con éxito en el mercado es necesario que establezca el mensaje de marca, las señas de identidad, la expresión de la publicación y la sensación que se requiere transmitir. Para ello, Zappaterra (2008) señala que el editor y el diseñador trabajan de manera conjunta en la construcción de un sólido puente mediante el cual el cliente puede transmitir su marca y valores al lector.

En la publicación, el logotipo y la representación gráfica de su título son los elementos más importantes de la portada para lograr un impacto en el público. “El logotipo

tiene que capturar y transmitir el carácter de una publicación, su contenido, su postura y su actitud hacia los lectores a los que va dirigida” (Zappaterra, 2008, p. 44).

En este sentido, es necesario que el diseñador trabaje pensando siempre en los lectores de la publicación. Para ello, no requiere someterse a las indicaciones del departamento de marketing, pero sí es importante que conozca la información sobre el sector al que se dirige. Esta información es valiosa y debe tenerse en cuenta para determinar el diseño y el estilo de la publicación.

Con el estilo, un lector puede hacer suposiciones acerca del tono y el contenido de la publicación. Cuando se ha familiarizado con ella y las señas que la distinguen, el lector sabe qué esperar de la revista y espera con ansias el siguiente número para disfrutar de la información que le brinda y que le puede servir de entretenimiento o para mejorar su actividad cotidiana. Los estilos editorial y de diseño son los componentes estilísticos que crean una marca.

Es la marca la que define la revista. Si se combina una potente identidad de marca, un buen equipo creativo y un cliente que conozca las posibilidades del nuevo diseño, el resultado será una revista poderosa y muy eficaz. Si la identidad de marca es débil o confusa, la marca no reflejará más que eso.

En el caso del estilo editorial, las secciones de reportajes y entrevistas adquieren mayor extensión que otras páginas y están diseñados para lograr una lectura de principio a fin. Las otras secciones puede leerse en el orden que se desee. Así, la organización del contenido contribuye con las expectativas del lector en materia de coherencia editorial.

Para el estilo del diseño, se presentan elementos visuales en equilibrio, que



se establece entre tipografía e imagen y se subdividen en las áreas de formato, que incluye tamaño y forma, papel, estructura y elementos del diseño. La primera área está condicionada por los tamaños de papel con las que trabajan las imprentas.

Zappaterro (2008) afirma que una publicación de gran tamaño en papel satinado para transmitir una sensación de lujo está bien para una cadena de hoteles de cinco estrellas, mientras que otras que necesita ser fácilmente transportable, como una guía de programación y directorios, sirve mejor a sus lectores en formato pequeño.

Asimismo, el papel es el atractivo táctil de la publicación y a través del gramaje, la encuadernación y el acabado transmite la calidad de la revista. Respecto a la estructura, los lectores no suelen leer una publicación periódica de manera integral. Por ello, el ritmo y la estructura tradicionales se establecen considerando que la lectura comenzará por la portada y continuará con los artículos sucesivos.

Finalmente, los elementos del diseño incluyen la tipografía, el color, los paneles y los gráficos. El uso de cada uno, de manera individual y sus contenidos establecen un estilo que crea el tono general de la revista. Dependiendo de las familias que se escojan y la manera en que se utilicen transmitirán una sensación atemporal o moderna.

### **3.2.3 El rediseño**

Para garantizar que la publicación siga siendo contemporánea y relevante, el diseñador puede ajustar determinados elementos de la maquetación. Sin embargo, Zappaterra (2008) afirma que hasta la revista mejor diseñada y con más solera puede pasarse de moda y quedar trasnochada. “En esos casos, no queda más remedio que un replanteamiento o un rediseño en profundidad”. (p. 156).

Existen publicaciones que optan por el cambio de aspecto cuando las ventas caen o en tiempos de recesión económica debido a los reducidos ingresos publicitarios. El cambio significa siempre un riesgo porque distancia a lectores fidelizados, pero atrae a otros nuevos. La mejor razón para efectuar un rediseño es la necesidad de sintonizar con los lectores y reflejar sus necesidades, pero también es importante destacar que el cambio no lo puede dictaminar el público de manera estricta.

De preferencia se debe contextualizar la publicación ante las tendencias y transformaciones culturales del momento. Si las tendencias estéticas evolucionan a lo largo del tiempo, lo mismo han de hacer los demás elementos que forman parte de la publicación. El contenido y el tono tienen que ser examinados y tratados con cuidado para asegurar que ningún componente se quede aislado o rezagado y así la publicación puede avanzar como un bloque de coherencia.

Para Ferré Pavia (2009), lo que era antes un trabajo de maquetación, diagramación o diseño más estético, aunque fuera en soporte digital, ahora se convierte cada vez más en una parte del trabajo del informador. “La preocupación por el diseño como una parte más del proceso informativo existía antes que los bits”. (p. 44).

El rediseño completo de una revista solo se produce de manera ocasional. Una de las características de un diseñador de revistas de éxito es la capacidad para realizar dichos cambios y desarrollar el diseño manteniendo la identidad básica. Lakshmi Bhaskaran (2006) asegura que a menudo, al trabajar en múltiples números a la vez, el diseñador de revistas no se aburre nunca, ya que cada nuevo número ofrece la oportunidad de probar algo nuevo, de ir más allá y de desafiar al diseñador y al lector.

La duración de la vida de una publicación puede afectar en gran medida a la forma de

diseñarla. Una revista con una vida útil de un mes puede seguir las últimas tendencias de diseño, pero un libro con una vida de años o décadas debe ser capaz de superar la prueba del paso del tiempo. Las revistas existen en la vanguardia de la cultura popular. No son solo una parte integral de nuestra cultura visual, sino que son un reflejo de nuestro tiempo. (Lakshmi Bhaskaran, 2006, p. 12).

La industria del diseño de revistas ha llegado a un nivel de transitoriedad semejante al de la industria de la moda. Cada vez hay más revistas con una durabilidad elástica menor. Hoy, suele pasar uno o dos años antes de que el diseño de una revista empiece a parecer desfasado y pasado de moda. La naturaleza transitoria de las revistas y su papel en nuestra cultura significa que llevar más allá los límites del diseño puede ayudar a ganar la carrera al tiempo. Una cabecera bien diseñada y un contenido bien estructurado tiene el poder de ampliar la vida útil de la publicación de manera indefinida.

El diseño y la edición periodística incluyen la planificación del proceso desde el inicio hasta el final, con la coordinación de las características fundamentales de cada integrante del equipo. Son tres los pasos claves que se deben trabajar para llegar a un trabajo de calidad. En primer lugar, la investigación, que significa la recogida de la información y la redacción. En segundo lugar, figura la coordinación de todos los materiales periodísticos, revisión y establecimiento de enlaces en el texto en línea. En tercer lugar se encuentra el tratamiento del diseño, la fotografía, la ilustración, el color, la tipografía y los gráficos.

### **3.3 Edición periodística**

#### **3.3.1 Concepto**

Editar es crear un producto global, es el proceso de adquisición y preparación de un

texto para su publicación. De acuerdo a las fuentes consultadas, en algunos medios impresos de España la sección de edición fue suprimida y la responsabilidad de los textos se trasladó a los mismos periodistas. Aunque algunos pensaron que desde ese momento la calidad de los diarios españoles disminuyó, fue una lección para los profesionales, quienes habían dejado de preocuparse por sus deficiencias.

“La edición es un tratamiento de la información que busca optimizarla, así que todo académico, comunicador o difusor de información y conocimiento debe tener bases sobre cómo dotar a su trabajo de una calidad suficiente para ser publicado” (Ferré Pavia, 2004, p. 51). Agrega que la edición en soportes escritos puede ser entendida como un proceso cognitivo, un ámbito, un proceso de redacción periodística, las fases de verificación de calidad y contenido, una profesión o categoría profesional, la habilidad profesional adquirida por la experiencia o una asignatura académica.

En el ámbito de la edición periodística, nos inclinamos por definir la edición como un proceso diacrónico y transversal en la producción comunicativa que certifica la calidad informativa, estilística, ética, lingüística y paralingüística de los textos en diversos soportes. La edición es la toma de decisiones en búsqueda de la coherencia del producto. El editor o editora de una publicación clásica o en la línea debe fijar criterios de excelencia que marquen la diferencia entre un medio serio y profesional, sea cual sea el talante, y uno mediocre (Ferré Pavia, 2009, p. 52).

La edición no es un determinado proceso sincrónico, una simple revisión final, sino que supone una actuación en los diversos estadios de la producción informativa. En el ámbito periodístico se suman los aspectos gramaticales concretos del tratamiento del discurso de las fuentes y los vicios del lenguaje periodístico, así como las modas en el habla y la rapidez que demanda la producción de los medios de comunicación. En muchas ocasiones, la repetición de errores orales se acaba transmitiendo en los escritos.

Entre los aspectos que se toman en cuenta en la edición periodística figuran los

problemas que generan las lenguas que conviven con otras y se contaminan entre sí. Para ello, se aconseja no sustituir nunca una palabra del idioma propio por otra de la que ya tenemos un equivalente. Otro de los aspectos que se consideran es la coordinación de número entre sujeto y verbo, la cual se puede perder cuando los sujetos son múltiples y solo se observa el número del último elemento del sintagma nominal.

Asimismo, en la edición periodística se deben revisar las formas verbales, las preposiciones y los pronombres, las citas, en estilo y gramática, los signos de puntuación, los vicios del argot periodístico y las fuentes. “Una de las tareas del informador es contrastar entre diversas fuentes, al menos dos, los datos con que cuenta”, afirma Ferré Pavia (2004).

Se debe revisar si se trata de una noticia que surge de una única fuente de información, si se citan más fuentes y si se requiere complementarla con más declaraciones, datos o versiones alternativas. De esta manera, se asegura una mayor pluralidad de la información. Las rectificaciones que aparecen en los medios se refieren a la forma en que están escritos los nombres, antropónimos o topónimos. Estas descoordinaciones indican falta de revisión y torpeza, que delatan a un texto poco cuidado.

Las fotografías son otro aspecto que se deben revisar en la edición de los medios impresos, ya que no es extraño encontrar un pie de foto de un tema anterior o que la foto no coincida con la leyenda. Las cifras también requieren mayor revisión, pues en ocasiones hay porcentajes que no cuadran, o ceros de más o de menos. Asimismo, es importante que la parte gráfica y la informativa dialoguen sin entorpecerse ni perjudicarse una a la otra.

### **3.4 El editor**

#### **3.4.1 Perfil del editor**

Ser un buen redactor, no siempre significa ser un buen editor. Por eso, las empresas periodísticas buscan un líder capaz de organizar un equipo y no a alguien que mande. La diferencia entre poder y liderazgo es mínima. El poder asegura que los demás hagan lo que yo quiero y el liderazgo consigue que los demás quieran hacer lo que yo quiero.

El editor se caracteriza por ser un periodista que ha demostrado un buen trabajo en la redacción, por su capacidad como profesional de la información. La experiencia es primordial porque para ser considerado un profesional del periodismo se necesita algo más que estudios, ya que no aseguran la brillantez en su desarrollo. En cambio, si se conjuga el estudio con la experiencia, entonces está preparado para dirigir.

El editor antepone el rigor informativo a cualquier otro interés, pues cree en él como fundamento de su independencia y credibilidad. Francisco Sancho (2004) afirma que el editor también controla a sus fuentes en cantidad y calidad, domina los géneros periodísticos y las técnicas de escritura. Así puede ayudar a otros en el desempeño de su trabajo.

Además, conoce los intereses informativos del entorno social por el que circula el impreso y es un lector pertinaz de periódicos, libros, revistas y páginas de internet. Esto le permite compartir con otros el hallazgo de grandes historias, libros o fuentes documentales. Su cultura visual debe estar asentada en su convencimiento de que el diseño, la fotografía y la infografía son parte esencial de la información.

Finalmente, es un trabajador disciplinado que entiende la organización y el papel que desempeña dentro de ella. Para Carmen Ferré Pavia (2009), existen tres

aspectos fundamentales que debe cumplir un editor. En primer lugar conocimientos, formación y experiencia. Ello incluye excelencia lingüística, buena información, conocimientos legales y éticos, control de los procesos técnicos, así como estándares de calidad informativos y formales y versatilidad.

En segundo lugar figuran las habilidades como la visual, la rapidez, la creatividad, el sentido del humor, el buen gusto y la capacidad de gestión de personal. En tercer lugar se encuentran las actitudes frente a la responsabilidad laboral y los equipos de trabajo. En este caso se toma en cuenta la responsabilidad de los estándares de calidad, el perfeccionismo, la capacidad de análisis, la justificación de las decisiones, la colaboración y la empatía.

Hoy, el perfil del editor se asemeja al de un *coach* o entrenador, donde el coaching es la instrucción para producir y mejorar los textos. Para Ferré Pavia se trata de escuchar al autor, comentar lo positivo, aislar los problemas y sugerir soluciones específicas.

En ciertos campos educativos, la tutorización se parece mucho a esa vertiente del *coaching* editorial: proponemos temas de trabajo, exigimos resultados, los revisamos, juzgamos su calidad y ajuste a nuestras demandas, corregimos problemas de ortografía, de sintáxis, los errores de contenido, emitimos juicios de valor. Es el papel educativo y de liderazgo del editor lo que le acerca a la figura del docente (Ferré Pavia, 2009, p. 69).

En una revista, el editor puede ser el empresario o la institución que asume el costo económico de su mantenimiento y a la vez, la persona o personas que realizan el control de calidad del producto, revisan los textos, buscan las imágenes, contactan con los autores y mantienen el pulso de la publicación.

### 3.4.2 Funciones del editor

Al igual que en un diario, en una revista el trabajo efectivo del editor consiste en poner a funcionar un equipo compacto, bien preparado y profesional. Además, según Jean-François Fogel (2002), se deben establecer líneas de trabajo para que el equipo sea efectivo, de manera que su labor no esté dedicada a la revisión de detalles, sino al panorama general del trabajo.

Del editor del que hablamos es aquel que lee el periódico y toma decisiones en relación con lo que leyó. Y lo hace porque su trabajo consiste en tener la cabeza por encima del agua, pues el periodismo en muchas ocasiones obliga a los redactores a sumergirse en su trabajo, haciendo que pierdan perspectiva (Francois Fogel, 2002, p. 8).

Francisco Sancho (2004) señala que el editor es el que lee, relee y corrige sus propios originales cuantas veces sea necesario para eliminar todos los errores. Los fallos gramaticales y ortográficos, las equivocaciones y las erratas tipográficas son de su exclusiva responsabilidad.

Su labor no termina hasta haber editado cada pieza en el espacio reservado para ello. No solo se encarga de editar el texto central, sino también los apoyos, los títulos, pies de foto, intertítulos, subtítulos o cualquier componente que sea incluido en el artículo. Debe comprobar que todos sus encargos gráficos se encuentren listos y colocados en las páginas que corresponden.

Si el jefe no es exigente en estos puntos es mal jefe. Ser comprensivo con sus periodistas significa que su responsabilidad es la de ayudarles a mejorar, no a tapar sus errores y, menos aún, su ignorancia. El jefe no puede, ni debe, perder ni un solo minuto de su tiempo haciendo el trabajo de los demás. Si el subordinado tiene fallos flagrantes de formación periodística, el jefe le guiará hacia los mejores modos de aprendizaje (escuelas, lecturas, lo que sea procedente), pero no suplirá él esas carencias, porque estará, entre otras cosas, cometiendo una injusticia con el resto del equipo que sí está capacitado, pero desatendido (Sancho, 2004, p.146).



En los medios impresos como las revistas, la figura del editor suele coincidir con la del director o el jefe de redacción. Entre sus labores figuran la de proponer temas, colaboradores y formatos. Puede asumir o compartir la responsabilidad de conformar equipos, decidir contrataciones o encargos, filtra las propuestas de sus colaboradores.

El editor es el encargado de compensar los contenidos teniendo en cuenta la publicación de una manera histórica. Con ello, se busca evitar repeticiones, desequilibrios, contradicciones en la elección de fuentes, temas y colaboradores. Asimismo, analiza la validez de las fuentes, desde el punto de vista de la calidad informativa, ética, así como el pluralismo.

Entre sus labores también figuran revisar los textos lingüísticos y paralingüísticos según los criterios de calidad establecidos por el medio. Además, propone cambios que aumenten la calidad de los textos y la coherencia del número en curso. Debe analizar fotografías, en las que a veces deben cambiarse por otras, decide posponer piezas o adelantar algunas.

El editor representa el eje que permite la acumulación y la solidificación de los criterios de calidad. La edición significa el anclaje de normas, consejos y decisiones consensuadas o autoimpuestas que se han ido tomando. Muchas veces el libro de estilo de una agencia o un medio surge al cabo de los años en que el número de trabajadores, la rotación de personal y la experiencia acumulada permiten que parte de ese saber se deposite en un documento que sirva de guía. (Ferré Pavia, 2009, p. 57).

Es así que el editor en su supervisión de la coherencia y el rigor del producto periodístico, asegura la aplicación de un criterio de excelencia en la labor y el resultado del proceso. En este proceso, de interpretación de la realidad deberá aportar un valor añadido al del documentalista o el publicista contemporáneo.

## CAPÍTULO 4

### METODOLOGÍA DE LA SISTEMATIZACIÓN

Hace casi cinco años empecé mi experiencia laboral en Artífice Comunicadores, la cual me ha permitido conocer diferentes áreas del periodismo, desde la fotografía, la coordinación, la redacción hasta la edición periodística. Es en esta última es en la que he profundizado más mi quehacer profesional, ya que desde ella puedo observar toda la estructura y el funcionamiento de un equipo periodístico que trabaja una publicación impresa.

En ese sentido, decidí sistematizar la experiencia con la cual he logrado concentrar todas las habilidades y conocimientos alcanzados en mi etapa como subeditora de contenidos. Se trata del rediseño y la edición de la revista especializada *Radiología al día*. Con ello busqué compartir el proceso a seguir para rediseñar una revista especializada y las funciones que cumple la subedición para lograr el objetivo final: satisfacer al cliente con una publicación que brinda información de calidad.

#### **4.1 Proceso de sistematización**

Antes de empezar la sistematización se identificó el tema que se trabajaría en el Informe Profesional. La elección se produjo después de un análisis minucioso de la experiencia acumulada durante cerca de cuatro años de actividad profesional. Luego de elegir el tema “Rediseño y edición de una revista especializada. Criterios utilizados en *Radiología al día*. Ediciones 25, 26, 27 y 28”, se procedió a elaborar la matriz de identificación del objeto de sistematización, los criterios que sustentan la elección, como

la relevancia, la validez, la aplicabilidad y la innovación; y los objetivos que se pueden alcanzar con la sistematización de la experiencia.

El segundo paso fue la elaboración de la matriz de los ejes temáticos. En ella se identificó los temas contenidos en la experiencia como el diseño periodístico, el rediseño y la edición periodística. Estos ejes atraviesan toda la experiencia y son los que permiten elaborar las preguntas que resolverán los procesos que se siguieron en cada eje. A partir de los temas ejes se construyó un marco de referencia con la opinión de autores que abordan los temas planteados. Con ellos se estructuraron conceptos y se sustentó el quehacer profesional elegido para la sistematización. Esta actividad permitió examinar la realidad desde diferentes puntos de vista o marcos alternativos.

Después de identificar los ejes temáticos se elaboraron las interrogantes referidas a la experiencia y con base en los temas ejes. Se descartaron las preguntas de investigación y evaluación para escoger solo las que explican el proceso de la experiencia. Estas fueron respondidas en el proceso de interpretación.

Posteriormente se continuó con la matriz de contextos. Para elaborarla se recuperó información, es decir, se trajo al presente situaciones, hechos e información relacionada con la experiencia, a fin de ayudar a manejar los procesos de manera cronológica. Ello permite revisar los contextos en los que se produjo la experiencia. Para un mejor análisis, los contextos se dividieron en contextos nacional e institucional. El primero y el segundo se realizaron a nivel externo, con la situación en la que se encontraba el país y el mundo, el nivel económico, político y social del momento. El tercero, con los involucrados como el equipo de trabajo y las políticas institucionales.

De ellos se desprendieron los momentos, que son un referente importante para identificar los sucesos relacionados con los contextos, periodizan la experiencia. A partir de los momentos se elaboraron las preguntas generales que luego fueron desagregadas en preguntas específicas (véase anexo 1) según los temas ejes de la sistematización. Las respuestas a estas preguntas fueron utilizadas para dar vida al cuerpo de la sistematización.

Para recuperar la información se solicitaron los documentos organizacionales sobre el rediseño de la revista *Radiología al día* al editor de contenidos y a la editora de proyectos. Se consiguió la propuesta de rediseño presentada a la empresa Centro de Diagnóstico por Imágenes, así como los lineamientos de Artífice Asesores Periodísticos para conocer las políticas institucionales y el marco en el cual ingresa esta nueva publicación. Además, se recopilaron las ediciones anteriores al rediseño para realizar una comparación con las publicaciones nuevas.

Entre los instrumentos utilizados para recuperar información se utilizó un plan de trabajo, en el cual se detalló el proceso que debía seguir para realizar la sistematización. Este plan estuvo organizado en matrices que fueron las guías principales para discernir el tipo de información que iba a requerir. Asimismo, se elaboraron cuestionarios específicos para cada uno de los integrantes de la empresa que participaron en el proceso de rediseño y edición de la revista. Con cada uno de ellos se realizaron entrevistas a profundidad. Se entrevistó al editor de contenidos de Artífice Comunicadores, al diseñador gráfico, a los redactores que participaron en la nueva revista y al director del Centro Diagnóstico por Imágenes.

Durante el proceso de investigación para la sustentación de los ejes temáticos propuestos revisé a varios autores que cristalizaron los conceptos que

manejaba en la práctica. Para el tema de edición periodística y las funciones del editor cité a Carme Ferré Pavía, Francisco Sancho, Guadalupe Aguado y Jean-François Fogel, quienes concuerdan en que mencionar que la edición es un proceso de adquisición y preparación de un texto para su publicación.

Los autores detallan en sus libros el proceso de edición que se realiza en un medio impreso y el perfil del editor, así como las funciones que debe de cumplir en una redacción como la de controlar la calidad del producto, revisar los textos y buscar las imágenes. Esta información concuerda con gran parte del trabajo que realizamos, pero aún hay detalles que al parecer en el proceso que ellos analizan no consideran o no son acciones asignadas al editor, situación que cambia en la actividad que se realiza en Artífice Comunicadores, donde el editor también es coordinador y en algunos casos fotógrafo.

Para el eje de diseño periodístico contrasté información con Fernando Suárez Carballo, Yolanda Zappaterra, Luis Cumpa González y Mario García, a fin de obtener mayor información sobre el proceso de diseño de una publicación impresa. De acuerdo a los autores el diseño es el encargado de dotar de expresión y personalidad al contenido. Los espacios, los colores y las fotografías que se utilizan cumplen una función importante para llegar a captar la atención del usuario que busca una publicación a su medida.

## CAPÍTULO 5

### RESULTADOS DE LA SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

#### 5.1 Descripción

Antes de experimentar una nueva etapa en la carrera periodística desde la mirada de una empresa dedicada a la elaboración de contenidos, la opinión que se dibujaba en torno al rediseño y la edición de una revista especializada se vinculaba con un proceso que debía ser liderado por un diseñador gráfico, quien es el que domina los temas técnicos como el espacio, la forma y el color. Así, el periodista solo debía preocuparse por entregar los textos y las fotos para la diagramación.

Hoy, después de un análisis sobre el proceso de reestructuración realizado con la revista *Radiología al día*, se observa un cambio en las funciones de cada uno de los actores vinculados con la publicación. Si bien el diseñador es el encargado del aspecto visual de la revista, el periodista es el que define el perfil de la publicación y las características del contenido que se desea difundir.

El periodista es el encargado de armonizar el proceso para la elaboración de la publicación. Empieza por conocer a la empresa con la que trabajará y los temas que dominan sus especialistas. Esto lo consigue con la revisión detallada de las ediciones anteriores de la revista. Se analiza el estilo de los textos, el manejo de los espacios, el uso de los colores y el dominio de la imagen sobre la información.

Además, debe recabar información en reunión con los directivos de la empresa, conocer la línea informativa del medio, los mensajes que desean transmitir y proponer la

línea gráfica de la revista. Después de definir los lineamientos principales se elabora un proyecto en el que se incluyen las secciones que tendrá la publicación, las extensiones de cada nota, el estilo fotográfico y los colores que representarán la publicación.

Esta información es transmitida al diseñador gráfico, quien es el creativo encargado de plasmar la propuesta esbozada en palabras, en una revista. Con la propuesta gráfica, el periodista se reúne con los directivos de la empresa para sustentar el proyecto. Con los aportes que se consiguen en la reunión se enriquece la propuesta y finalmente se realiza la última presentación. Con la aprobación definitiva del rediseño se procede a definir los temas que se abordarán en el relanzamiento de la revista.

Aunque la institución es la encargada de definir los temas que se incluirán en la edición, los periodistas son los que orientan el estilo y el espacio en el que se debe comunicar la información para satisfacer a los lectores, quienes no solo son profesionales del área y de otras especialidades, sino también estudiantes. El lenguaje que se emplea en las notas les permite comprender con más facilidad los conocimientos de otro campo de estudio.

## **5.2 Contextos de la experiencia**

### **5.2.1 Contexto nacional**

Durante el 2010, pese a la crisis financiera internacional, la situación económica en el Perú se mantuvo estable. Las mypes y pymes continuaron incrementándose, entre ellas las dedicadas al sector de las comunicaciones, como Artífice Comunicadores. El mercado empezó a demandar cada vez más especialistas en *publicity*, relaciones públicas y elaboración de medios impresos.

Ante esta situación, los profesionales de la comunicación empezaron a ofrecer sus servicios como *free lance*, pero las empresas necesitaban un respaldo que les garantizara el cumplimiento de lo requerido. Por eso, muchos periodistas formaron sus propias empresas, mientras que las que ya estaban constituidas empezaron a fortalecer su imagen implementando nuevos servicios como *community managment*, que recién empezaba a vislumbrarse en esos años.

Las instituciones como los colegios profesionales y las empresas del rubro de servicio son las más interesadas en contar con una revista especializada en su área de dominio. Su objetivo es dar a conocer, a través de información diversa, la situación del sector y los avances y logros de su organización, siempre desde un ángulo periodístico en vez de publicitario.

### **5.2.1 Contexto institucional**

La empresa Diagnóstico por Imágenes se encontraba en expansión por los principales distritos de Lima y necesitaba un órgano de difusión que le permitiera mantenerse en contacto con los profesionales del área de radiología. A pesar de contar con una revista con la que había publicado 25 ediciones, la acogida que tenía no era la esperada por los directivos.

En el 2010, Artífice Comunicadores se encontraba en una etapa de búsqueda de nuevos clientes. Por ello, se prepararon proyectos para determinadas instituciones que estaban interesadas en contar con una revista que les permitiera difundir los temas de su dominio.



Después de competir con otras propuestas se aprobó la opción de rediseño de la revista *Radiología al día* presentada por Artífice Comunicadores a la institución Diagnóstico por Imágenes, liderada por el doctor Hugo Aguayo. Desde ese momento se iniciaron las coordinaciones para empezar una nueva etapa en la revista especializada en radiología y dirigida a odontólogos, radiólogos, estudiantes universitarios y empresas dedicadas al sector salud.

### **5.3 Aspectos centrales de la experiencia**

#### **5.3.1 Evaluación y propuesta del rediseño**

El Centro Diagnóstico por Imágenes convocó a varias empresas dedicadas a la edición de revistas para rediseñar su publicación. Cuando evalúan la experiencia de Artífice Comunicadores encuentran antecedentes como la revista *Mundo Médico*, del Colegio Médico del Perú. Esta publicación estuvo dirigida a los médicos de todo el país y su publicación duró alrededor de seis años. La calidad de las imágenes, el contenido y el diseño atrajo a los especialistas de la odontología. En este contexto nos solicitan una propuesta de rediseño para *Radiología al día*.

Luego de ahondar en sus requerimientos y la imagen de especialistas top en los mercados nacional e internacional que querían proyectar a sus clientes (odontólogos y radiólogos) se les presentó una propuesta de rediseño que incluyó desde la calidad del papel, el contenido y la impresión. Además, se les ofreció un trabajo de capacitación sobre el proceso para elaborar una revista, ya que desconocían como elegir los temas, la estructura de la revista, la redacción y la edición del producto. De esta manera, se involucró

a los directivos de la empresa en la búsqueda por obtener una revista de mayor calidad.

Para elaborar la propuesta se evaluaron las ediciones anteriores, a fin de conocer su estilo y los temas que manejaban. Antes de encargarle la revista a Artífice Comunicadores, la publicación presentaba una serie de dificultades porque las personas que elaboraban el diseño y la información no eran profesionales de la comunicación. Ellos habían creado la revista solo con el entusiasmo de transmitir los conocimientos y mensajes de la organización a los radiólogos y los odontólogos.

En la revista se observaba desorden en la distribución de la información y desconocimiento de aspectos básicos del diseño, como las columnas. No existía una división por secciones, ni ejes temáticos. Además, las imágenes que son fundamentales en cualquier publicación eran presentadas en espacios reducidos que impedían apreciar los motivos por los cuales se les consideraba.

Otro aspecto que se consideró para elaborar la propuesta fueron las notas, que no estaban redactadas con los cuidados adecuados para una publicación especializada. Los textos no eran revisados por un editor. Los profesionales vinculados con la radiología los redactaban y trasladaban al área de diseño. Existían deficiencias en los nombres de las técnicas utilizadas por los especialistas y en los nombres científicos, así como en los procedimientos. Debido a que no existía un estilo de redacción uniforme se deterioraba la imagen de la revista. Pese a esta situación, la revista contaba con el respaldo de una impresión en buena calidad de papel, una red de circulación reconocida por los años al servicio de la profesión y avisos publicitarios nacionales e internacionales.

Jesús Raymundo, director de Contenidos de Artífice Comunicadores (Ver entrevista en anexo 2) y uno de los actores principales del proceso de rediseño de *Radiología al día*,

afirma que el objetivo de la empresa Centro Diagnóstico por Imágenes es ingresar a una nueva etapa, vender más avisos para que el financiamiento de la publicidad sea efectivo y trabajar con profesionales de las comunicaciones para que la distribución de la información, fotografía y publicidad sea la más adecuada. En el tema publicitario, la revista no trabajaba con medidas uniformes para los avisos, ni consideraba las columnas de la publicación para cuantificar mejor las ventas de los avisos. Con la propuesta, el rediseño quiso mejorar la calidad del contenido, la presentación y la funcionalidad, a fin de ampliar los espacios, la cantidad de páginas y la circulación de la revista.

### **5.3.2 Proceso de rediseño**

Antes de rediseñar una revista es necesario saber cuál es su público objetivo y para ello es importante la interacción con el cliente. Las preguntas frecuentes para empezar a elaborar una propuesta se orientan a conocer el mensaje que desean transmitir en cada artículo, si cuentan con logo, el tipo de color que identifica a la empresa y cuál es el objetivo que espera alcanzar con la revista. El propósito es conseguir que la publicación refleje lo que el cliente necesita y quiere.

Los elementos principales que se observan durante la elaboración del boceto de la nueva revista son la tipografía, la fotografía y los textos. La elección de cada uno de estos elementos dependerá del criterio de cada diseñador. La tipografía fue fundamental en el rediseño, ya que se buscó que refleje la dirección a la cual está dirigida la edición.

Jorge Senisse, diseñador con amplia experiencia en diseño de revistas (ver entrevista en anexo 2), fue el encargado de la propuesta gráfica de la revista. “De acuerdo al público objetivo de la publicación se utilizó una tipografía Bell, la cual guarda relación

con la imagen, ya que es la que tiene que dominar”<sup>1</sup>. El puntaje que se utilizó fue intermedio, de 9.8 y un interlineado de 11 para que haya una separación prudente para su adecuada lectura, mientras que en los titulares el puntaje fue mayor a 36. Al ser una revista especializada, no se requirió de muchos colores ni fondos, a fin de lograr una buena lectura y análisis de las imágenes.

En este caso, los colores fueron seleccionados según la paleta de colores del logo de la empresa, los cuales son blanco, amarillo y negro. Para destacar el logo y lograr que el lector relacione la publicación como parte de la institución se optó por los colores azul, blanco, negro y verde-amarillo. Para el texto se utilizó el negro; para el fondo de las páginas, el blanco; para las piezas, como recuadros y postón, el azul; y para la sección central y columna de opinión, el verde-amarillo.

La imagen para los radiólogos es crucial, ya que su trabajo se ciñe a los informes de tomografías de la zona maxilofacial de los pacientes. Por ello, todas las secciones, en especial los casos radiográficos están acompañados con fotografías grandes que permiten observar la evolución en el tratamiento del paciente. De esta manera, se ha logrado que la imagen domine al texto, sin perder la base informativa necesaria para que el especialista conozca e internalice la labor que se efectúa en su área en los ámbitos nacional e internacional.

Para definir las secciones se partió de las diferentes publicaciones que la empresa tuvo previamente. Se revisó cuáles eran los temas en general que trataron las revistas anteriores y se elaboró una propuesta en la que se indicó cómo se podía optimizar espacios

---

<sup>1</sup> Entrevista mantenida en setiembre del 2012.

con secciones fijas que publiquen temas referidos a la empresa, como nuevos servicios; que tengan interés con el público, como los casos radiográficos; y que expongan las novedades en el área formativa, que incluye a las universidades. Asimismo, se involucró a los especialistas nacionales y extranjeros que cuentan con conocimientos novedosos para transmitir.

Así se crearon las secciones **Servicio**, que informa sobre los nuevos equipos o servicios que se implementan en las sedes de Diagnóstico por Imágenes. En **Noticias** se incluyen breves sobre cursos de capacitación y eventos del sector. El **Tema de Portada** es el informe central sobre un tema de interés para los odontólogos o comunidad médica en general. Las **Entrevistas** son diálogos con odontólogos sobre un tema e interés científico o su trayectoria profesional. Asimismo, se puede considerar a alguna autoridad académica de una institución de prestigio.

Los **Casos Radiográficos** son informes gráficos de un paciente con características especiales para la especialidad. En tanto, la sección **Tema Central** analiza los avances en el área formativa de los futuros odontólogos del país, las innovaciones en la currícula y la tecnología que aplican para mejorar su desempeño profesional.

La sección **Especialización Radiográfica** busca conocer el punto de vista de un especialista un tema específico como cirugía ortognática. Finalmente, **Tecnología** busca presentar novedosos productos que llegan al mercado de la mano de prestigiosas empresas internacionales, a fin de que el odontólogo conozca las novedades que puede implementar para beneficio de sus pacientes.

Toda esta gama de temas fueron ordenadas en una propuesta que tenía como finalidad ser respetada en cada edición y complementada con los avisos que se programen.

Para que esto suceda también se creó un equilibrio entre texto y publicidad para que el lector no sienta que por ser gratuita se trata de una revista sin contenido. Lo que se quiso destacar es que una revista gratuita, pero con contenido, con información de valor puede ser útil para el desempeño profesional del odontólogo, así como para la orientación de sus actividades en tecnología, en conocimientos, en casos, en innovaciones, en servicios y en aportes de los especialistas.

Como se menciona líneas arriba, para la nueva publicación de *Radiología al día* se buscó el equilibrio entre contenido informativo y publicidad. La revista anterior presentaba un desorden en los avisos, los cuales además no mantenían medidas fijas. Con el rediseño se propuso cinco tipos de avisos: a sangre (28.5 cm. x 20.5 cm.), a caja (26.5 cm. x 18 cm.), ½ aviso horizontal (13 cm. x 18 cm.), ¼ de aviso (13.3 cm. x 8.8 cm.) y pie de página (5.14 cm. x 18 cm.).

En el proceso también se consideraron las piezas en las notas para darle agilidad a los artículos. Las revistas que empezaron a publicarse brindan más información al lector, recomendaciones o tips. Para eso se requiere de más piezas, sumillas y datos que le permiten al odontólogo –que vive su día cada vez más rápido– leer información más puntual y de interés para su crecimiento profesional. Este aspecto del rediseño le da equilibrio a la página.

Finalmente la portada de la revista tuvo un tratamiento especial para logra capturar la atención de los odontólogos. Se aplicó una propuesta de navegador con tres temas principales que se abordan en las páginas interiores. La imagen principal muestra la tecnología más moderna, de acuerdo al interés de los especialistas. Esta imagen está directamente relacionada con el Tema de Portada, donde se desarrolla el tema

con despieces e imágenes imponentes que complementan la información.

En la parte superior de la portada se ubicaron dos temas trascendentes de la edición: Servicios y Tema Central. Con ello, se buscó destacar las novedades que ofrece la empresa para el odontólogo e informar también a los jóvenes sobre el tipo de formación que ofrecen las distintas universidades del país en el campo de la odontología. La foto silueteada en una de las llamadas que se encuentra en la cabecera le brinda más aire a la portada. Los números de gran proporción en la portada le permiten al lector ubicar con facilidad la edición de su interés y así coleccionarlos.

### **5.3.3 Trabajo en equipo**

Ante el agrado y la aprobación de la propuesta de rediseño de la revista *Radiología al día*, se empezó a trabajar la primera edición con el nuevo formato. Para iniciar este proceso los temas se definieron en una reunión con el director del Centro Diagnóstico por Imágenes (CDI), quien previamente ha delineado las actividades y los temas que pueden interesarle a su público. Estos se desprenden de los congresos, visitas de especialistas al país por diversos eventos, lanzamientos de servicios que realiza la institución, así como otros temas que se relacionan con los clientes con los que trabajan y las instituciones educativas que forman a los profesionales de la odontología.

A partir de la primera muestra se distribuyen los temas en la echadura donde figuran las diferentes secciones que ya se han establecido en la propuesta inicial y se definen los espacios para cada uno de ellos de acuerdo a la importancia y los avisos definidos para la edición. Este es el primer boceto del contenido, el cual se irá afinando en el camino. Después de recibir los temas para la publicación, la subedición y

edición convocan a una reunión de redactores para distribuir los temas, al igual que en cualquier otra publicación impresa. Lo único que varía es el contenido.

Si bien la dinámica es la misma, lo que varía son los conocimientos de algunas patologías y fuentes que pueden brindar la información más precisa. En estos casos, se debe tener mayor cuidado en la selección de la fuente y cómo recoger la información, procesarla y trasladarla al texto. Una vez asignados los temas a los redactores, estos se encargan de documentarse en el tema que les corresponde. Deben investigar y revisar artículos previos sobre el tema que abordarán, los cuales no necesariamente son nuevos, sino que se difunden solo en la comunidad de odontólogos y radiólogos. Por eso, se requiere de una actualización de los temas con estilo fresco, pero sin perder lo especializado. Lo que se busca es que el redactor conozca mínimamente el tema para que cuando realice la entrevista o el recojo de la información tenga la seguridad de lo que está conversando con el especialista. El mayor cuidado se ha tenido en el conocer.

De igual manera, se ha identificado algunos medios de comunicación como las revistas científicas para entender al detalle los enfoques. Estas publicaciones se encuentran indexadas en buscadores y bases de datos que son prestigiosas en el mundo académico. La claridad del mensaje y su precisión, las leyendas, las piezas y las fotografías son aspectos que el periodista domina gracias a su quehacer diario. Para verificar los datos se contrasta la información con las fuentes que la proporcionan. De esta manera, se logra mayor exactitud y calidad en las notas.

En el tema periodístico se ha tratado de recoger algunos modelos, ideas claves de otras publicaciones del mismo corte que han manejado el tema periodístico. A través del banco de fotos se ha tenido un bosquejo previo de cómo se ha mostrado la tecnología o los



aparatos novedosos para los odontólogos y radiólogos. En el caso de las entrevistas a personajes destacados del ambiente científico y académico se ha buscado variar la postura siempre bajo un mismo esquema de acuerdo al diseño.

Para la portada se ha trabajado una foto limpia que abarque la mayor parte del espacio y en cada artículo se vio por conveniente ubicar una foto principal que transmita el mensaje del tema que se está abordando. Las fotos de los casos fueron tomadas en los laboratorios y en los centros de diagnóstico, logrando una alta calidad que impida que se distorsione en el proceso de edición.

#### **5.3.4 La subedición**

Para armonizar los procesos de redacción y edición se creó la subedición. Es la bisagra entre el recojo de la información, la coordinación de los trabajos de acuerdo con los criterios discutidos con el editor y el consejo editorial de la revista. Para Jesús Raymundo<sup>2</sup>, el subeditor coordina con el cliente, quien es el encargado de definir quiénes serán los especialistas que brindarán la información para la elaboración de los artículos. (Ver anexo1).

Asimismo, distribuye con el equipo periodístico las comisiones, las coordinaciones con las fuentes, el recojo de la información, las fotografías y la redacción de los artículos. Luego, debe seleccionar las fotografías realizadas por el equipo periodístico para discutir las con el editor. Se encarga también de realizar una edición previa a las notas, antes de la edición final. Además, coordina con el área de diseño gráfico la distribución de los textos

---

<sup>2</sup> Entrevista mantenida en setiembre del 2012.

y las fotos y prevé los espacios que serán considerados para los avisos, según la pauta preliminar.

“La subedición es más un armonizador de los criterios, un vigilante de los procesos, un coordinador de las diferentes actividades . Es el encargado de supervisar que todo se cumpla en los plazos indicados”, afirma Jesús Raymundo, editor de *Radiología al día*. Cuando el subeditor selecciona las fotos que considera adecuadas para la revista se reúne con el editor para definir aquellas que finalmente se publicarán.

En cuanto a los textos, el subeditor tiene el deber de realizar una edición preliminar para que el editor solo realice un filtro general de la publicación para garantizar la calidad del contenido y que no existan desniveles en la redacción, ni en la producción general. El editor, finalmente, se encargará de revisar el diseño final para hacer los ajustes en recorte de textos de acuerdo a lo que se requiera.

Debido a que en el equipo no contamos con una persona encargada del cuidado de edición, la función se traslada al subeditor y editor para observar con detalle el contenido, contrastar datos y revisar la adecuada escritura de los términos. Al finalizar el proceso se envían las pruebas en formato PDF a las fuentes, con el fin de precisar algunos datos. Debido a que se trata de una publicación profesional y científica se requiere del apoyo de las fuentes para evitar que se publique con imprecisiones. Así, el periodista y el científico encuentran un espacio dentro del proceso para sumar esfuerzos y garantizar la calidad del producto, con el propósito de lograr la satisfacción del cliente.

Otro proceso en el que participa el subeditor es la prueba de color para la impresión de la revista. Este proceso lo efectúa en compañía del diseñador gráfico. En ella se revisan los tonos de los colores que se utilizaron en el diseño y se debe

corroborar de que corresponda con el pantone con el que se ha trabajado. La aprobación de la prueba de color es lo que finalmente se imprimirá.

Esta etapa es muy importante porque si no se garantiza el uso de los colores de manera adecuada y el retoque de las fotografías, la revista puede publicarse con imperfecciones. Lo mismo sucede con el engrapado y el grafilado, que son los elementos que presentan las revistas. Es necesario tener en cuenta que antes de revisar el contenido, el lector evalúa la producción de la publicación.

## CAPÍTULO 6

### BALANCE DE LA EXPERIENCIA

#### 6.1 Logros y avances

Cuatro años han transcurrido desde el relanzamiento de la revista *Radiología al día* con un nuevo diseño. El concepto propuesto al Centro Diagnóstico por Imágenes se ha mantenido con ligeras variantes. Se ha logrado definir la identidad de la revista con colores que relacionan a la publicación con la empresa a la que pertenece y con un estilo que permite a los odontólogos y radiólogos sentirse parte de ella.

Las nuevas secciones como Tema de Portada, Tema Central y Especialización han permitido que más especialistas y estudiantes de la carrera demanden la revista como guía para sus estudios profesionales y científicos. De esta manera, la revista se ha convertido en un material de referencia sobre las tendencias y últimas innovaciones en el campo radiológico.

La sección Casos Radiográficos, donde se presentan tres estudios de malformaciones odontológicas de pacientes, a cargo de profesionales nacionales e internacionales, ha generado gran expectativa entre los especialistas del área. De manera dinámica y ordenada se relata la situación médica del paciente. Se comenta el proceso que se siguió para cambiar el estado dental de la persona. El texto es acompañado por las imágenes del proceso que siguió el especialista. Así, los lectores tienen dos niveles de lectura que condensan los casos para un rápido entendimiento.

Con el rediseño se complementó el aspecto científico con el estilo periodístico en

la redacción de las notas y en la propuesta gráfica de la revista. La información científica se empezó a trabajar con una visión periodística para que sea más dinámica, entretenida y capture la atención de más personas de la especialidad. Se trabajan fotografías periodísticas que destacan diferentes ángulos de la labor de los odontólogos y los radiólogos.

A partir de estos cambios, los expertos se adecuaron a la nueva propuesta de diseño y sin perder el aspecto técnico y especializado de los temas, empezaron a brindar información más detallada y de fácil entendimiento para todos los profesionales de esta área de la salud. Gracias a este avance, la cantidad de precisiones es menor, al igual que el tiempo que demanda realizarlas.

Ante los cambios, cada vez más anunciantes compran espacios en la revista para colocar sus avisos. No solo las empresas dedicadas a la venta de tecnología e instrumentos dentales publican sus avisos, sino también universidades, debido a la acogida que ha logrado entre los estudiantes y los docentes. Se han designados páginas estratégicas, como las impares, para su publicación. Esto permite que sea más llamativa para captar la atención de más lectores.

La portada de la revista juega un papel fundamental porque facilita la rápida revisión de los temas principales que se abordan en *Radiología al día*. El uso de la fotografía periodística le brinda mayor agilidad a las notas y brinda información detallada de los procesos que se efectúan en cada una de las labores descritas en los artículos. Así, se logra un complemento entre texto e imagen.

La innovación tecnológica constante en las áreas de odontología y radiología generan cada vez más conocimientos nuevos que deben difundirse. En este sentido se logró

aumentar el número de páginas de 8 a 24, con información variada, fresca, y de interés científico y académico.

Aunque el desconocimiento de algunos temas especializados causó inconvenientes en las primeras ediciones de la nueva revista, fueron superados gracias al entrenamiento constante a cargo del editor y de la iniciativa de cada redactor por conocer más acerca de los temas que se abordarían en los artículos.

## **6.2 Problemas y tareas pendientes**

Elaborar una revista científica no es sencillo. Se requiere de capacitación constante e indagación permanente sobre los temas que abordan los especialistas de odontología y radiología, a quienes se dirige *Radiología al día*. El editor y subeditor a cargo de las coordinaciones deben estar en permanente comunicación con los redactores para no descuidar los enfoques y el estilo de la publicación. La precisión de los términos es decisivo si se desea mantener la confianza del cliente y la calidad de la revista.

En este sentido, durante los dos primeros números de *Radiología al día* surgieron dificultades en el proceso de elaboración de las notas debido al cambio del estilo de redacción al que estaban acostumbrados a trabajar los redactores. La mayoría elaboraba artículos periodísticos relacionadas a temas como educación, minería, exportación y responsabilidad social, dirigido al público masivo que lee diarios como *El Comercio*. La experiencia con una revista especializada dirigida solo a un sector de la población generó confusión y retrasos en la edición de la revista.

De igual manera, en el proceso de subedición, las notas tardaron en ser aprobadas, ya que los términos debían ser corroborados con mayor detalle. Una de las

secciones más complejas por la cantidad de nombres científicos fue Casos Radiográficos. Para ello se contó con un diccionario especializado, revistas científicas *online* y comunicación constante con las principales fuentes de información, quienes precisaron las dudas durante el proceso.

Otro aspecto por resolver es la coordinación con el área de publicidad del Centro Diagnóstico por Imágenes. Aunque la desorganización de las ubicaciones de los avisos se eliminó con el rediseño de la revista, aún se mantiene en el proceso de edición la consolidación de avisos que se publicarán. El cronograma establecido para el cierre de edición no se respeta por la falta de venta de avisos, que en muchos casos es producto del escaso dominio de estrategias para vender espacios.

Esta situación retrasa el proceso de diagramación de *Radiología al día*, porque de acuerdo a la cantidad de avisos se distribuyen los espacios para las notas. Esto sucede porque la revista es financiada por las empresas que compran espacios para su publicidad. Por eso, antes del cierre periodístico es importante que se realice el cierre de publicidad, a fin de definir si todos los espacios destinados para los avisos están completos. Esta es una tarea pendiente que debemos trabajar con el área de publicidad.

El ingreso de la nueva sección Tecnología, en la cual se destacan las novedades en instrumentos y elementos de empresas del sector que contribuyen con el buen desempeño profesional de los odontólogos y radiólogos, se ha convertido en una potencial fuente de ingresos. El estilo publrreportaje es atractivo para las empresas que desean dar a conocer más sobre sus productos y servicios.

Se encuentra pendiente la tarea de afinar algunos criterios para manejar con mayor eficiencia algunos estilos periodísticos como el publrreportaje y la edición de los casos

radiográficos que demandan más tiempo por tratarse de temas científicos puros. Esto nos motiva a realizar capacitaciones internas para reforzar el enfoque y la redacción de este tipo de notas periodísticas, que no solo contienen publicidad, sino también información rica en detalles tecnológicos y científicos.

### **6.3 Aportes**

#### **6.3.1 Nivel Teórico-conceptual**

La labor del subeditor en una revista especializada es fundamental pues es el encargado de coordinar con el cliente los temas que se abordarán en la revista, definir el cronograma de publicación y mantener comunicación con el área de publicidad para trasladar los avisos al área de diseño gráfico.

Asimismo, es el encargado de distribuir los temas al equipo de redactores y brindar el enfoque de cada nota junto con el editor. Además, revisa y preselecciona las fotos que pueden ser publicadas en la revista, y subedita las notas que después pasarán a manos del editor para su revisión final.

Junto con el diseñador gráfico coordinan con la imprenta el proceso de revisión de las pruebas de la publicación para corroborar que el color, la iluminación, el retoque y el papel sean los indicados para una buena impresión. Finalmente, se mantiene atento a que la revista llegue a las manos del cliente y este se encuentre satisfecho. De esta manera, observamos que la labor de este personaje no se limita a la revisión de notas, sino que es un ente vigilante del proceso y busca garantizar la calidad del producto final.



### **6.3.2 Nivel Profesional**

La coordinación previa con el comité editorial del Centro Diagnóstico por Imágenes es fundamental para esbozar los temas que se abordarán en la revista. Para discutir sobre los temas con los especialistas es necesario investigar las novedades en el campo de la odontología y la radiología.

A diferencia de las revistas o diarios de circulación nacional, las revistas especializadas deben ser revisadas al detalle por los especialistas que brindaron la información para su aprobación y posterior publicación. En este tipo de publicaciones institucionales se recomienda mantener un lazo con las fuentes para evitar errores, ya que se trata de un medio especializado, el cual debe guardar determinadas reglas de redacción e interpretación y donde los nombres científicos, de exámenes y de enfermedades son fundamentales para su real entendimiento. Solo así se genera confianza.

En este caso, es importante enviar el PDF de la nota ya diagramada para que efectúe las precisiones que considere convenientes, pero sin exceder la extensión planteada, lo que sí podría suceder si se le envía solo el documento en Word. Una vez precisada por la fuente se envía la revista completa al comité editorial indicando que determinadas notas ya fueron aprobadas por las fuentes que brindaron la información. Así, se agiliza el proceso de aprobación de la revista en su totalidad.

### **6.3.3 Nivel Técnico-instrumental**

En la revista hemos establecido un control de los procesos. Al manejar diversos productos en la empresa, con diferentes ritmos y tiempos, se ha creado el instrumento denominado hoja guía, un documento donde se incorporan datos que son de interés para el

redactor, subeditor y editor. En la hoja guía se incluye el tema del artículo, el nombre del redactor asignado, la extensión del artículo y los nombres y datos de contacto de las fuentes que participarán (nombre completo, cargo, centro de trabajo, teléfono, correo electrónico y dirección).

Asimismo, se colocan sumillas sobre el enfoque que se le dará a la nota y a las fotos. Adicionalmente, se toma en cuenta a una persona de contacto con la fuente, que puede ser el gabinete de prensa de la institución o la oficina de Comunicaciones.

Al final de cuadro se indica la situación de coordinación en la que se encuentra la nota hasta que es redactada. La hoja guía es una especie de hoja de ruta que permite saber cuál es el estatus de cada uno de los artículos para darle seguimiento.

Otra herramienta de gran utilidad en este tipo de publicaciones es la hechadura, una pauta en la cual –de acuerdo a la cantidad de páginas de la revista– se distribuyen las notas según las secciones y la cantidad de avisos. Esto le permite al diseñador, al subeditor y al editor conocer las extensiones de los artículos, las ubicaciones y el avance de lo que es la edición y la diagramación, que es la etapa final. Esto se utiliza para controlar, manejar y asegurar el proceso.

# INSTRUMENTO 1: HOJA GUÍA

## HOJA GUÍA RADIOLOGÍA AL DÍA N° 26

TEMA		PERIODISTA	
INAUGURACIÓN DE SEDE LOS OLIVOS		Beto	
PUBLICACION	EDICION	SECCIÓN	EXTENSION
Radiología al Día	26	SERVICIOS	550 palabras
FOTOS			
FUENTES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Información en el evento.</li> <li>- Dr. Aguayo.</li> </ul>		
CONTACTOS			
CIERRE DE EDICIÓN	La inauguración se realizará el 10 de julio en el Palacio de la Juventud.		

TEMA		PERIODISTA	
LA TOMOGRAFÍA		Cristina	
PUBLICACION	EDICION	SECCIÓN	EXTENSION
Radiología al Día	26	TEMA DE PORTADA	950 palabras
FOTOS			
FUENTES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revistas de ediciones anteriores.</li> <li>- Dr. Aguayo.</li> </ul>		

<b>CONTACTOS</b>	
------------------	--

TEMA		PERIODISTA	
Dra. Aldasa Hernández (Venezuela)		Rose Mary	
<b>PUBLICACION</b>	<b>EDICION</b>	<b>SECCIÓN</b>	<b>EXTENSION</b>
Radiología al Día	26	ENTREVISTA	650 palabras
<b>FOTOS</b>			
<b>FUENTES</b>	Dra. Aldasa Hernández (Venezuela). <a href="mailto:Adalsa@cantv.net">Adalsa@cantv.net</a> , <a href="mailto:adalsah@gmail.com">adalsah@gmail.com</a>		
<b>CONTACTOS</b>	Dr. Aguayo y Dr. Agurto.		
<b>CIERRE DE EDICIÓN</b>	<b>ENTREVISTA Y FOTOS REALIZADAS. NOTA REDACTADA.</b>		
<b>CIERRE DE EDICIÓN</b>	Nota redactada.		

## INSTRUMENTO 2: HECHADURA

### HECHADURA REVISTA RADIOLOGÍA AL DÍA Nº 26 - AGOSTO-NOVIEMBRE 2010

P	SECCIONES	TEMAS	P	SECCIONES	TEMAS
1	PORTADA	LA TOMOGRAFÍA	24	AVISO	1 PAG. LABORATORIO MERCK
2	SERVICIOS	INAUGURACIÓN SEDE LOS OLVIOS (10 DE JULIO EN EL PALACIO DE LA	23	AVISO	1/2 PAG. UCSUR/ 1/2 PAG. NEW YORK UNIVERSITY
3	AVISO	1/2 PAG. X RAY/ 1/2 PAG. HAWKA	22	ESPECIALIZADA / COLUMNA	FILOSOFÍA ROTH WILLIAMS. DOCTORA CLAUDIA
4	TEMA DE PORTADA	LA TOMOGRAFÍA	21	AVISO	1 PAG. AVISO CONGRESO INTERNACIONAL II JORNADA INTERNACIONAL DE RADIOLOGÍA BUCAL Y MAXILOFACIAL / PRESENTACIÓN DEL LIBRO DE ODONTOLOGÍA PEDIÁTRICA/ PIE PÁG. DIAGNÓSTICO POR IMÁGENES AREQUIPA
5	TEMA DE PORTADA	LA TOMOGRAFÍA	20	SOCIALES	
6	ENTREVISTA	DOCTORA ADALSA HERNÁNDEZ	19	ENTREVISTA	DOCTOR CLAUDIO FREITAS (BRASIL)
7	AVISO	1/2 PAG. MISS IMPLANT / 1/2 PAG BIO HORIZONT	18	CASO RADIOGRÁFICO	TUMOR MIXTO DE ORIGEN ODONTOGÉNICO
8	CASO RADIOGRÁFICO	LESIÓN RECIVANTE DE TUMOR ODONTOGÉNICO	17	AVISO	1/2 PÁG. PAREJA LECAROS / 1/2 PÁG. POR DEFINIR

9	<b>CASO RADIOGRÁFICO</b>	LESIÓN RECIDIVANTE / 1/4 PÁG. PLINIO GÓMEZ	16	<b>CASO RADIOGRÁFICO</b>	SIALOLITO DE GLÁNDULA SUBMAXILAR
10	<b>NOTICIAS</b>	IX CONGRESO INTERNACIONAL DE LA ACADEMIA DE ESTOMATOLOGÍA DEL PERÚ/ INAUGURACIÓN DEL LOCAL DE LA ACADEMIA DE ESTOMATOLOGÍA DEL	15	<b>AVISO</b>	1 PÁG. DENTAL SANTA CRUZ
11	<b>AVISO</b>	1 PAG. PLAN MECA	14	<b>CASO RADIOGRÁFICO</b>	VARIANTE ANATÓMICA CON APARIENCIA DE LESIÓN PERIAPICAL
12	<b>TEMAS CENTRALES</b>	UNIVERSIDAD PERUANA CAYETANO HEREDIA (DR. WILSON DELGADO)	13	<b>TEMAS CENTRALES ODONTOLÓGICO</b>	UNIVERSIDAD PERUANA CAYETANO HEREDIA (DR. WILSON DELGADO)

# **CONCLUSIONES**

## **1. REDISEÑO DE REVISTA**

El rediseño de Radiología al día es un proceso que se mantiene vigente y que se enriquece con los aportes de los especialistas, el Centro Diagnóstico por Imágenes, los anunciantes y los periodistas. La nueva sección Tecnología trabajada con un estilo de publrreportaje permite a la revista autofinanciarse y brindar información sobre las novedades tecnológicas que ofrece a sus pacientes.

Gracias al cambio realizado a la publicación, más empresas del rubro de la salud bucal apuestan por comprar espacios. Están seguros de que sus avisos serán vistos por todos los odontólogos limeños. De esta manera, se genera confianza entre el anunciante, el Centro Diagnóstico por Imágenes y Artífice Comunicadores.

Una buena redacción no es suficiente para elaborar un buen producto. Se requiere de investigación y precisión en los temas científicos que se abordan con los diferentes especialistas nacionales y extranjeros con los que se trabaja. Asimismo, es importante el compromiso existente entre la empresa que solicita el servicio y quien se lo brinda para lograr un producto de calidad.

## **2. SUBEDICIÓN DE LA REVISTA**

Los cambios en la redacción y la fotografía de la revista han permitido el acercamiento de jóvenes estudiantes de la carrera de Odontología, así como de expertos internacionales que desean compartir sus conocimientos con los profesionales peruanos, a fin de crear una red que les permita intercambiar información de interés común.

Los buenos resultados generados con la revisión previa de las fuentes de información nos motivan a seguir estrechando lazos con los especialistas en los campos de la odontología y la radiología, quienes tienen el conocimiento, pero no saben cómo llegar a más personas de manera sencilla. Los estudiantes universitarios son su principal público objetivo seguido de los expertos. Equilibrar en un solo discurso el mensaje para dos tipos de público es el reto en el cual estamos caminando.



## RECOMENDACIONES

**1. Capacitación constante.** El trabajo en una revista especializada requiere del adiestramiento de los redactores y subeditores, quienes deben estar preparados para conocer y discutir los enfoques que pueden tener las notas y trasladar el estilo al papel. La capacitación debe consistir desde cómo enfocar temas científicos con estilo periodístico, dónde investigar sobre temas especializados, cómo entrevistar a expertos en materias odontológicas y radiológicas hasta cómo esbozar el esquema de redacción para evitar errores.

**2. Comunicación permanente.** El diálogo entre redactores y editores debe realizarse de manera cotidiana. Las dificultades se presentan todos los días y es necesario resolverlas de inmediato para que no se conviertan en una avalancha de problemas que pueden terminar en desacreditar a la empresa en el mercado. El enfoque es el eslabón donde empieza a germinar el artículo, por lo que es importante estar seguros de la orientación que se le está asignando. De lo contrario, será urgente despejar dudas.

**3. Investigación gráfica.** Para conseguir un buen artículo no es suficiente escribir bien, sino también tener una buena imagen que complemente la nota, de lo contrario, no se habrá logrado el cometido principal que es informar de manera integral. Para cumplir el objetivo se recomienda acudir a las comisiones gráficas con ideas preconcebidas sobre cómo ilustrar la nota. Esto se consigue revisando bancos de imágenes que existen en internet o revistas científicas que aborden temas similares. El propósito no

es copiar, sino tener referencias para adecuarlas a nuestra realidad.

**4. Revisión previa.** Se ha demostrado cuando las fuentes revisan sus artículos antes de su publicación se pueden evitar errores que demandarían fe de erratas. Esta recomendación puede ser aplicada a las revistas institucionales, donde el cliente es quien tiene la última palabra en el proceso de publicación.

## BIBLIOGRAFÍA

AGUADO, Guadalupe. (2008), et. al. *Organización y gestión de la empresa informativa*. Madrid, España: Editorial Síntesis S.A.

ARTÍFICE COMUNICADORES (2010). Propuesta de rediseño de *Radiología al día*. Lima, Perú: Artífice Comunicadores.

BHASKARAN, Lakshmi (2006). *¿Qué es el diseño editorial?* Barcelona, España. Index Book SL.

CENTRO DIAGNÓSTICO POR IMÁGENES. (2005-2008). *Radiología al día*. Lima, Perú: CDI.

CENTRO DIAGNÓSTICO POR IMÁGENES. (2010-2011). *Radiología al día*. Lima, Perú: Artífice Comunicadores.

CUMPA GONZÁLEZ, Luis A. (2002). *Fundamentos de diagramación*. Lima, Perú: Fondo Editorial de la UNMSM.

FERRÉ PAVIA, Carme. (2009). *Con faltas y a lo loco*. Barcelona, España: Editorial UOC.

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier (2004). *Periodismo especializado*. España, Editorial Aries S. A.

FOGEL, Jean-Francois (2002). "En la busca de la calidad periodística". Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, 17 de setiembre de 2005, 14:37 h, [http://www.fnpi.org/fileadmin/documentos/relatorías/2002\\_R\\_BID\\_Fogel.pdf](http://www.fnpi.org/fileadmin/documentos/relatorías/2002_R_BID_Fogel.pdf)

GARCÍA, Mario R. (1984). *Diseño y Remodelación de Periódicos*. Pamplona, España: Ediciones Universidad de Navarra.

LABUDOVIĆ, Ana y VUKUSIĆ, Nenad. (2009). *El todo en uno del diseñador gráfico. Secretos y directrices para una buena práctica profesional*. Barcelona, Promotora de Prensa Internacional S. A.

LÓPEZ RUIZ, Mary Carmen. (2). Plan de inducción a Artífice Comunicadores. Lima, Perú: Artífice Comunicadores.

PEÑA HUAPAYA, Pedro (2006). *Diagramación y titulación de diarios*. Lima, Perú. Editorial de la Universidad Garcilazo de la Vega.

ROMÁN ROMÁN, Adelaida (2001). *La edición de revistas científicas: guía de buenos usos*. Madrid, Centro de Información y Documentación Científica CINDOC.

SANCHEZ, Nistal (1998). *Investigación y desarrollo en la comunicación de Madrid: tres estudios sobre la producción y distribución de las actividades científicas madrileñas*. Madrid, Consejería de Educación y Cultura, Comunidad de Madrid.

SANCHO, Francisco (2004). *En el corazón del periódico*. Pamplona, España: Ediciones Universidad de Navarra.

TENA PERERA, Daniel (2005). *Diseño gráfico y comunicación*. Madrid, Pearson Educación S. A.

ZAPPATERRA, Yolanda. (2008). *Diseño editorial. Periódicos y revistas*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

## **ANEXOS**

**Anexos 1: MATRIZ**

<b>EXPERIENCIA</b>	<b>CONTEXTOS</b>		<b>MOMENTOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
	<b>PRÓXIMOS</b>	<b>REMOTOS</b>		
<p>El rediseño y la subedición de una revista especializada. Criterios utilizados en la revista Radiología al día. Ediciones 25, 26, 27 y 28.</p>	<p>1. El año pasado nos encontrábamos en una etapa de búsqueda de nuevos clientes. Por ello, se prepararon proyectos para determinadas instituciones que estaban interesados en contar con una revista que difundiera los temas de su dominio.</p> <p>2. Se aprobó la propuesta de rediseño presentada a la institución Diagnóstico por Imágenes para su revista.</p>	<p>4. El país se encontraba en un crecimiento económico que nos permitió aprovechar el momento por el que atravesaban algunas instituciones.</p> <p>5. Diagnóstico por Imágenes se encontraba en expansión y necesitaba un órgano de difusión de sus informaciones de interés.</p>	<p>1. Planteamiento del rediseño de la revista.</p> <p>2. Aprobación del rediseño de la revista.</p> <p>3. Inicio de la edición de la nueva revista.</p>	<p>1. Se estructura la propuesta de rediseño de la nueva revista Radiología al día, de acuerdo a los objetivos de la institución.</p> <p>2. La institución Diagnóstico por Imágenes aprobó el rediseño de la revista porque concuerda con sus objetivos de informar e integrar a los profesionales radiólogos y odontólogos.</p> <p>3. Al aprobarse el rediseño empieza la edición de la revista. Se coordinan los temas con el comité editorial y se inicia la búsqueda de la información para su elaboración.</p>

## Anexo 2: GUÍA DE ENTREVISTAS

<b>Nombre del entrevistado:</b>	Jesús Raymundo Taipe, director de Contenidos de Artífice Comunicadores..
<b>Nombre del entrevistador:</b>	Minerva Mora.
<b>Fecha y lugar:</b>	Setiembre. El Cercado.
<b>Temas:</b>	<b>Preguntas:</b>
<b>Edición periodística</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuáles fueron las principales deficiencias de la anterior revista <i>Radiología al día</i>?</li> <li>- ¿Cómo se manejaban los textos de esa publicación?</li> <li>- ¿Cómo se realizó el proceso de convocatoria?</li> <li>- ¿Cómo se definen los temas de la revista?</li> <li>- ¿De qué manera se definieron las secciones de la revista?</li> <li>- ¿Cuál es la dinámica del trabajo?</li> <li>- ¿Qué tipo de fotografía es la que requiere la publicación?</li> </ul>
<b>Funciones del editor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuál es el papel de la subedición?</li> <li>- ¿Cuál es el siguiente paso después de la subedición?</li> <li>- ¿Cuáles son los instrumentos de trabajo para la revista?</li> </ul>

<b>Nombre del entrevistado:</b>	Jorge Senisse, diseñador gráfico.
<b>Nombre del entrevistador:</b>	Minerva Mora Alvino.
<b>Fecha y lugar:</b>	Setiembre. El Cercado.
<b>Temas:</b>	<b>Preguntas:</b>
<b>Diseño gráfico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuáles son los primeros pasos para rediseñar una revista?</li> <li>- ¿Qué aspectos hay que tener en cuenta?</li> <li>- En el caso de <i>Radiología al día</i>, ¿qué se quería destacar en la revista?</li> <li>- ¿Cómo se eligió la tipografía?</li> <li>- ¿Cómo se seleccionan los colores adecuados?</li> <li>- ¿Cuáles son los pasos para la aprobación del rediseño?</li> <li>- ¿Qué se hace cuando el cliente solicita cambios en el diseño propuesto?</li> <li>- ¿Cuán importante es la publicidad en la edición de una revista?</li> <li>- ¿Cuán importante son las piezas en un artículo?</li> <li>- ¿Cómo se define la portada?</li> </ul>

## **Entrevista: Jesús Raymundo Taipe**

### **¿Cuáles fueron las principales deficiencias de la anterior revista *Radiología al día*?**

La revista *Radiología al día*, desde antes que se nos encargara, tenía una serie de dificultades precisamente porque quien había hecho el diseño y manejaba el contenido de la información no eran comunicadores profesionales, sino habían creado la revista con un entusiasmo por transmitir los conocimientos, los mensajes de la institución a los clientes que son los odontólogos y radiólogos.

Lo que se veía en la revista era una especie de desorden en la distribución de la información, había un desconocimiento en el manejo de la columna de la revista, no existía una división por secciones, ni ejes temáticos, abundaba en fotografías pequeñas, en las que no se apreciaban los motivos. El texto no estaba redactado con los cuidados adecuados. Lo que respaldaba la revista era que sí contaba con una impresión en buen papel y tenía una red de circulación reconocida en los años que habían trabajado y tenían avisos de publicidad que también la respaldaban.

En esas circunstancias es que nos solicitan un rediseño de la revista porque se pensaba ingresar a una nueva etapa de la revista, vender más avisos para que el financiamiento sea efectivo, crecer en el sentido de trabajar con profesionales de la comunicación para hacer un trabajo adecuado en la distribución de la información, entre la fotografía, entre los temas que consignaba la revista y la propuesta publicitaria.

Anteriormente, las medidas no estaban trabajadas adecuadamente y en esta etapa se buscaba uniformizar a través de módulos, columnas y poder cuantificar mejor la venta de los avisos. En esta nueva etapa lo que el rediseño quiso fue mejorar la calidad del contenido, la presentación y también que sea mucho más funcional y se pueda aprovechar mejor los espacios, la cantidad de página y la circulación de las revistas.

### **¿Cómo se manejaban los textos de esa publicación?**

No pasaban por un cuidado de edición, no pasaba por un tratamiento periodístico de los textos, eran redactados por profesionales vinculados a la radiología. Había ciertas deficiencias, sobre todo, en los nombres de las técnicas, de los procedimientos o los nombres de los científicos. No había una escritura uniformizada. Esto dificultaba la presencia de la revista. A nivel de contenidos, no existía un estilo, variaba de una edición a otra. Tenías una revista, pero no sabías el valor que podías darle, pensando en tu público objetivo.

### **¿Cómo se realizó el proceso de convocatoria?**

La empresa convocó a varias empresas que estaban dedicadas a la edición de revistas y ellos al saber de nuestro trabajo en otras publicaciones institucionales como la revista del Colegio Médico del Perú llegan a solicitarnos una propuesta de rediseño. A partir de ello nos reunimos y solicitamos sus requerimientos y le presentamos una propuesta de rediseño y también de impresión, de mejora de papel, de contenido. En la propuesta le presentamos un trabajo de capacitación, de información, de cómo es el proceso para



elaborar una revista, ya que ellos no la conocían en su totalidad, cómo se elaboran los temas, la estructura, la redacción, la edición y un poco es mostrarles qué camino seguir para obtener una revista de mayor calidad.

### **¿Cómo se definen los temas de la revista?**

Los temas se definen en una reunión con el director del CDI, quien ya ha delineado un conocimiento de las actividades y de los temas que pueden interesarle a su público a partir de los congresos, los eventos, los especialistas que visitan al país por diversos eventos y también a partir de los lanzamientos de servicios que realiza la institución o de otros temas que van en relación a sus clientes que manejan, entre las instituciones educativas que forman a estos profesionales.

El CDI provee de una serie de temas, de necesidades y de los casos que han sistematizado. A partir de esta primera muestra se va distribuyendo en la pauta en la echadura en las diferentes secciones que ya se han establecido en la propuesta inicial y se van definiendo los espacios para cada uno de los temas que se van a manejar. Es el primer boceto del contenido y en el camino se van afinando los otros ingredientes que se manejan en esta edición.

### **¿De qué manera se definieron las secciones de la revista?**

Las secciones las fuimos definiendo a partir de las diferentes publicaciones que habían tenido previamente, cogimos la experiencia previa del contenido que habían tenido y que variaban entre una edición y otra edición. No tenían un orden.

Fuimos viendo cuáles eran los temas en general que trabajaban en la revista y a partir de ello elaboramos una propuesta en la que les indicamos cómo podíamos optimizar los espacios con secciones más o menos fijas que publiquen temas referidos a la empresa (Servicios), que tengan interés con el público (Casos), que hablen de la parte formativa, es decir las universidades, involucrar a los especialistas nacionales y extranjeros que tienen nuevos conocimientos que transmitir, una sección más informativa que han sucedido en un determinado periodo entre una edición y otra matizados en algunos casos por columnistas que podían dar algún enfoque sobre algún asunto de su especialidad.

Toda esta gama de temas fueron ordenados en una propuesta y lo que se busca es que en cada edición se respete esta distribución y se complemente con los avisos que se van programando. Lo que también hemos creado es un equilibrio entre texto y publicidad para que el lector, por ser una revista gratuita, no sienta que es una revista que no tiene contenido. Lo que se quiere destacar es que es una revista gratuita, peor con contenido, con información de valor que puede ser útil para su desempeño profesional, orientación de sus actividades en tecnología, en conocimientos, en casos, innovaciones, en servicios y aportes de los especialistas.

### **¿Cuál es la dinámica del trabajo?**

Las publicaciones en general tienen la misma dinámica, lo que varía es el contenido, se maneja la misma técnica periodística, el mismo proceso, se maneja más o menos la misma dinámica. Todas se manejan de forma similar en el proceso, en el manejo del

lenguaje periodístico, lo único que varía en esta publicación son los conocimientos de algunas patologías, especialidades que en general las recoge de las fuentes y lo que uno hace es tener el mayor cuidado de recoger la información, de estar seguro de la información, de procesar la información y de trasladarla al texto. Para cada uno de los temas se ha trabajado los temas al igual que en cualquier redacción donde el redactor debe documentarse en el tema que va a tratar, realizar una investigación previa de artículos que va a contener.

Los temas que se tratan no es que sean totalmente nuevos, sino que son temas que se manejan, se difunden en la comunidad de los odontólogos y radiólogos. Se necesita una actualización de los temas. Lo que se les pide a los redactores es que se haga una investigación previa de qué van a tratar y cómo lo van a tratar, debe de conocerlo mínimamente para que cuando hagan las entrevistas o el recojo de la información tengan la seguridad de lo que están hablando.

Quien va a explicar toda la información es el especialista, ahí es donde se ha tenido el mayor cuidado: en conocer. En segundo lugar en identificar algunas fuentes para tener un norte como las revistas científicas que están indexadas en buscadores, en base de datos y que son prestigiosas en el mundo académico. Siempre acudimos a estas revistas para ver cómo se enfocan a nivel de especialidad.

Lo demás es lo que todo comunicador sabe, manejo de fotografía, de leyendas, piezas, la claridad en el mensaje, ser precisos, concisos, verificar los datos. También tenemos la posibilidad de contrastar la información con las fuentes que dieron la información. Una vez que ha sido redactada la nota hacemos un contraste con ellos.

### **¿Qué tipo de fotografía es la que requiere la publicación?**

En el tema de la fotografía lo que se ha tratado de ver es recoger algunos modelos, ideas claves de cómo otras publicaciones del mismo corte han manejado el tema periodístico. A través del banco de fotos se ha tenido una idea previa de cómo se han podido manejar al mostrar la tecnología o los aparatos novedosos sobre determinados temas. En el resto, en las entrevistas de los personajes o las fotos que van acompañando los artículos es el mismo criterio que se tiene en fotos de personajes, lo que se ha buscado es que varíe, que no sea la misma postura bajo un mismo esquema el trabajo que se realiza en la fotografía.

Se ha tratado de trabajar una foto limpia en la portada y eso se ha mantenido, una principal nota, se ha trabajado una foto principal al inicio de cada artículo, que es la que transmite el tema que estamos proponiendo en la revista y ha habido también fotos que son más de los casos radiológicos, que se han tomado en los laboratorios, en los centros de diagnóstico y que han sido digitalizadas y lo que hemos hecho es buscar que esas fotos no sean distorsionadas en el proceso de edición.

Lo que hemos buscado en general es como los temas podrían parecer repetitivos, buscar una variedad de enfoques y entre una edición y otra como se tratan temas ya establecidos también darle una variedad porque como no hay muchos cambios en los

temas no son muy distintos, sino van en la misma línea. Lo que se busca en la foto es que la mirada siempre sea novedosa, sobre un mismo tema y no caer en la misma composición fotográfica.

### **¿Cuál es el papel de la subedición?**

La subedición es un armonizador de los procesos de redacción y la edición, es una especie de una bisagra entre todo lo que se trabaja en el recojo de la información, la coordinación de los trabajos bajo el criterio que ya se han discutido con el editor y el director o el consejo editorial de la revista.

La subedición en realidad cumple un papel de coordinar con el cliente para que las fuentes que van a proveer de la información estén dispuestas a darnos las fechas en el tiempo que se ha considerado, dos para coordinar el trabajo con el equipo periodístico para que cumplan con las comisiones, las coordinaciones, el recojo de la información, las fotografías que se puedan realizar durante el proceso de trabajo.

Después se debe hacer una selección de las fotografías que pudieran participar para presentarlas y debatirlas con el editor y hacer una edición previa a las notas de acuerdo a la pauta antes de hacer una edición final que es un ajuste final de los textos y coordinar con el área de diseño gráfico para una adecuada distribución entre texto y foto de acuerdo a la pauta y prevé los espacios que van a ser considerados para los avisos, según la pauta que se maneja de manera preliminar y que debe cumplirse.

En líneas generales la subedición es más un armonizador de los criterios, un vigilante de los procesos, un coordinador de las diferentes actividades, supervisa que todo se vaya cumpliendo y podemos decir que es más operativo, pero al mismo tiempo vigilante y en concordancia con lo que se ha definido con la edición final.

### **¿Cuál es el siguiente paso después de la subedición?**

Una vez que subedición ya hizo una preselección de las fotos y con el editor se definen las fotos que se van a publicar en la revista. En cuanto a los textos, subedición ha hecho una edición preliminar que en realidad debería hacer la edición, pero el editor de la revista hace un filtro final para garantizar la calidad del contenido y para garantizar que no existan desniveles en la redacción, ni en la producción en general y también el editor revisa la pauta, el diseño final para hacer los ajustes en recortes de textos o supervisar algunos cambios en las fotografías o en las leyendas.

Se hace un trabajo más al detalle. Como en el equipo no contamos con una persona que se encargue del cuidado de edición, de la corrección de los textos, sino que son tareas que las realiza subedición y sobre todo edición, se hace una mirada más minuciosa de todo el contenido, de contrastar datos, de tener una adecuada escritura, de los términos, de que armonicen fondo y forma y una vez que está definida la revista, por tratarse de que es una publicación que lo maneja una empresa se envían las pruebas, los PDF a las fuentes con el fin de que puedan apoyarnos en precisar algunos datos por dos motivos: en la oralidad, cuando nos dan las entrevistas, algunas veces no son tan precisos en la información que dan y se cometen algunos desniveles en los mensajes, y es mejor que al revisar los

textos puedan precisar mejor sus enfoques y mensajes.

En algunos casos incluso de los procesos que no han sido explicados muy claramente. Segundo porque de esta manera se logra que el mensaje esté mucho más redondo en cuanto a lo que ha dicho la fuente, se ha redactado y se va a difundir. No es que se cambie el enfoque o se haga una nota nueva, sino que son ajustes con la fuente que ha proveído de información, con el fin de evitar que puedan surgir o publicarse algunas imprecisiones. Como es una publicación más de tipo profesional y científica e requiere el apoyo de la fuente para evitar transmitir una información que no ha sido corroborada. Esos ajustes se hacen en prueba y es lo que se aprueba y se publica.

De acuerdo a la experiencia que hemos tenido esta etapa ha ayudado a precisar en muchos casos la información y a que el redactor que no es el especialista en el tema y la fuente que no está muy entrenada en el tema periodístico puedan encontrar un espacio dentro del proceso para sumar sus esfuerzos y garantizar la calidad del producto y que la información esté conforme.

### **¿Cuáles son los instrumentos de trabajo para la revista?**

Lo que hemos establecido en la revista es tener un control de los procesos. Para ese control hemos visto que como manejamos diversos productos en la empresa y todos tienen diferentes ritmos y tiempos hemos creado una figura que le hemos puesto como nombre Hoja guía, que en realidad es un documento donde se incorporan datos que son de interés como el tema, el autor, el redactor, la publicación, la extensión, la sección, datos como el enfoque, de qué se va a tratar la nota.

También hay datos del enfoque gráfico, cómo se piensa graficar el tema, los datos de quiénes son las fuentes, sus correos electrónicos, teléfonos, direcciones, quiénes son, a veces las personas que canalizan esos datos que son los gabinetes de prensa, la oficina de comunicación también hay un seguimiento de cada uno de los artículos. La hoja guía es como una hoja de ruta, una herramienta que permite saber cuál es el estatus de cada uno de los artículos para darle seguimiento.

La otra herramienta es la echadura, que es la pauta que de acuerdo a la cantidad de páginas se distribuyen los temas de acuerdo a las secciones que se han planteado previamente y también los avisos. Esto le permite al diseñador, al subeditor y al editor las extensiones de los artículos, las ubicaciones y el avance de lo que es la edición y diagramación, que es la etapa final. Ahí se van delineando dónde están los avisos y qué documentos han llegado. Esto es para un control, un manejo y asegurar el proceso.

Otra herramienta que se usa es más por el manejo de texto son los manuales de estilo de diarios o publicaciones que son los criterios que se manejan más en el lenguaje periodístico, son también el diccionario que nos permite conocer las conjugaciones de los verbos, las nuevas acepciones de los términos, algún diccionario referido a los términos científicos que se van usando de la especialidad de odontología y radiología y también el trabajo de la gramática española donde a veces uno encuentra luces cuando entre a práctica y la teoría hay una especie de desactualización.

Entonces, la gramática permite a uno manejar el tema. Además de estos instrumentos, es muy importante la comunicación entre las diversas partes, debe ser muy fluida para tener en claro cuáles son los estatus o las situaciones en las que se está trabajando la revista. También en la imprenta, en la impresión hay todo otro proceso que también nos encargamos las áreas de edición, subedición y diseño gráfico que son las pruebas de color donde uno puede ver cómo es el tono, el color que se va a aproximar, si se está respetando el diseño de acuerdo al pantone que se está trabajando. Es la aprobación de esa prueba de color la que se va a publicar en las máquinas.

Eso permite una imagen bastante cercana a cómo quedaría la impresión de la revista en la última etapa. Esta etapa es muy importante porque muchas veces el trabajo se puede echar a perder en esta etapa si no se garantiza una buena impresión, un manejo de la fotografía de acuerdo a los colores, las luces, que el retoque digital sea adecuado y finalmente el acabo de la revista, el engrapado, el grafilado son elementos más de presentación que son muy importantes porque son los que el lector va a ver de primera mano y luego va a pasar a leer los contenidos.

## **Entrevista a Jorge Senisse**

### **¿Cuáles son los primeros pasos para rediseñar una revista?**

Para hacer una revista lo primero que se hace como diseñador es saber a qué mercado va. Es importante la interacción con el cliente. Se le debe preguntar desde si tiene logo, qué tipo de colores tiene la empresa y también qué es lo que quiere de la revista. Puedes hacer una revista, pero al final no refleja lo que el cliente necesita y quiere.

### **¿Qué aspectos hay que tener en cuenta?**

A partir de los datos que se recogen se empieza a elaborar un boceto. Manejas tipografías, fotografías, infografías. Eso depende del criterio de cada diseñador.

### **En el caso de *Radiología al día*, ¿qué se quería destacar en la revista?**

Para el caso de los radiólogos, la imagen es muy importante porque ellos querían mostrar el trabajo que realizan, que es sacar radiografías. En ese caso, la imagen es más importante. Todo depende de la cantidad de páginas que se imprimirán.

### **¿Cómo se eligió la tipografía?**

La tipografía es muy importante porque refleja hacia dónde está dirigida una publicación. Si se trata de una publicación para niños debe ser grande, redonda y se debe leer desde cualquier parte. Si es una novela, la tipografía es más pequeña. En el caso de los radiólogos lo que usé fue una tipografía normal, siempre dirigiéndome a la relación con la imagen. La imagen es la que tiene que ganar, entonces tengo que usar una tipografía intermedia y un puntaje normal, intermedio, entre 9.5 o 9.7 y el interlineado es 11 para que no se pegue. En titulares era un tipo más grueso. Es una revista especializada, entonces no se requiere de muchos colores, muchos fondos. Se tiene que leer y ver las fotos.

### **¿Cómo se seleccionan los colores adecuados?**

Cuando las revistas son institucionales, por lo general se trata de jugar con los colores de la institución porque pega e inconscientemente se trata de introducir en la gente la parte visual. Generalmente, a través de las empresas se trata de que la gente identifique a la empresa.

### **¿Cuáles son los pasos para la aprobación del rediseño?**

Cuando haces un cero, un machote lo vas mostrando al cliente para que lo revise, si hay cambios que hacer hasta que se llega a un producto final. Una revista suele constar de una entrevista, una central, casos, página de opiniones. Una vez que se plasma eso con la tipografía, las fotos, las secciones se le muestran al cliente para que le dé una aprobación.

Ahí se termina el cero para empezar la primera edición. En el caso de radiología duró 15 días porque la cantidad de páginas que era menor.

### **¿Qué se hace cuando el cliente solicita cambios en el diseño propuesto?**

Siempre hay cambios y como diseñador se debe aprender a escuchar. Ningún proceso para hacer una revista debe ser cerrado, sino fracasa. El cliente tiene que quedar satisfecho. Las ediciones anteriores de la revista eran muy desordenadas y las imágenes era muy chicas, por lo que tuvimos un cuidado especial para que las fotos sean más grandes.

### **¿Cuán importante es la publicidad en la edición de una revista?**

La publicidad es importante porque sin ella no sale la revista. Cuando se hizo el rediseño se tuvo que replantear a lo que tenía la revista anterior que era un orden en los avisos, no había medidas. Cuando se rediseña se debe tener en cuenta el espacio publicitario que va a tener. Puedes plantear que haya solo cuatro tipos de avisos dependiendo de la publicidad. Dentro del diseño que se propone es necesario incluir también proponer el espacio publicitario. Dependiendo también del columnaje con el que trabajes también.

Cuando diseñas una revista no la puedes complicar porque si quieres que la revista siga debes hacer una revista sencilla, que se vea bien, pero no complicarla con cinco tipos de tipografía o fondos innecesarios.

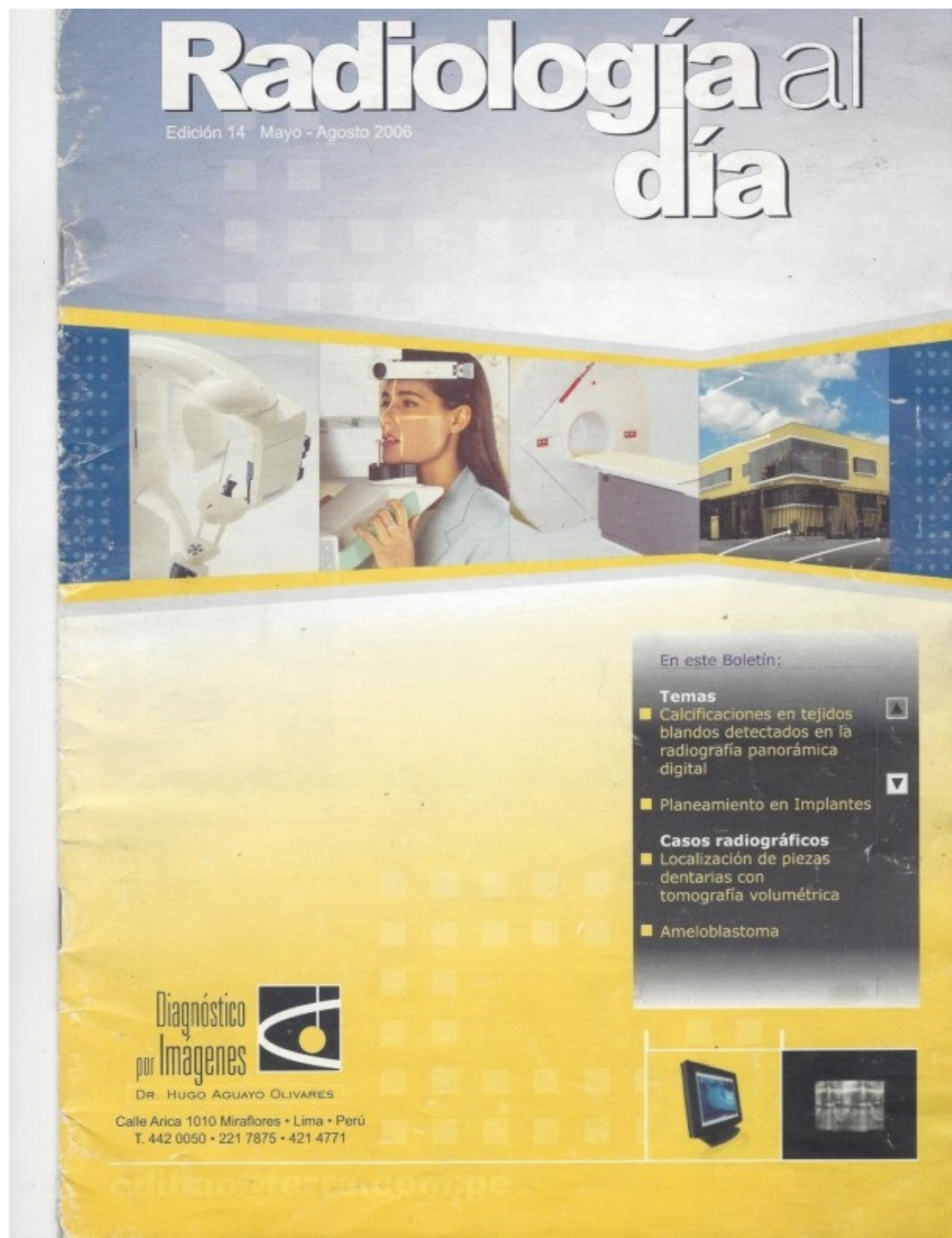
### **¿Cuán importante son las piezas en un artículo?**

Las piezas son importantes. Las revistas que empezaron a salir fue con esa onda para darles más información, tips al lector y para eso necesitabas más piezas, porcentajes, sumillas, las cabeceras. Eso porque uno vive la vida tan rápido que no te sientas a leer tan detalladamente. A veces lo más rápido es leer esas piezas. Es una parte del diseño que le da equilibrio a la página.

### **¿Cómo se define la portada?**

La foto es el tema principal y arriba lo más saltante de las páginas interiores. Ahí lo que se aplicó fue una especie de navegador, la idea de la portada fue que ellos tenían que presentar la tecnología más moderna y era la idea de la revista. La portada es propicia para mostrar eso y además hay cosas interesantes para mostrar. La portada es lo que te va a llevar a leerlo. La idea era componer lo más saltante arriba para que la abran. Usé también números grandes, el de la edición y el de las páginas. Es como una especie de cabecera para irse directamente a la página. La silueteada es para darle más aire a la portada. El número de la edición era importante ponerlo grande porque tomo la revista como algo que la gente va a guardar y va a coleccionar.

### Anexo 3: ANTES DEL REDISEÑO



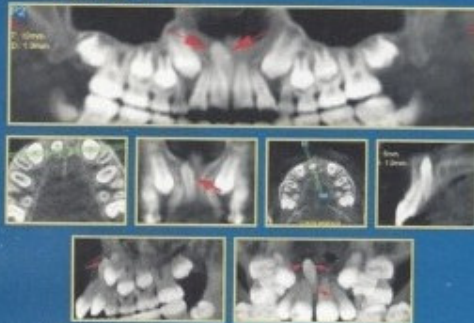


## Localización de piezas impactadas con tomografía volumétrica

Dra. Hanny Gonzales Olaza

Se presentan los estudios tomográficos de cinco pacientes que acuden a la consulta para el estudio de localización de piezas dentarias impactadas. La adquisición de los estudios tomográficos fue realizada con el equipo NewTom QR-DVT 9000 y la información procesada con el software NewTom 3G. Se graficaron con cortes axiales, panorámicos, coronales, sagitales y reconstrucciones en tres dimensiones.

### CASO 1



En la vista panorámica observamos la presencia de un diente supernumerario en posición invertida entre las Pzas. 11 y 21. Las secciones coronales y sagitales muestran la dirección de la corona hacia el piso de fosa nasal y el ápice próximo a la tabla ósea palatina. La reconstrucción tridimensional permite observar la relación de la pieza impactada con las piezas dentarias y estructuras adyacentes, se muestra claramente la disposición del ápice de la pieza supernumeraria hacia palatino y la relación de este con las raíces de las Pzas. 11 y 21.

### CASO 3



Las flechas muestran la impactación de la pieza 13, en posición mesioangular con la corona localizada a nivel apical de las piezas 12 y 11. Para determinar la orientación de la corona se grafican los cortes sagitales, observándola hacia la tabla ósea vestibular, anterior al ápice de la pieza 12. Los cortes coronales muestran la relación de la raíz con el piso de fosa nasal. La imagen lateral 3D lateral grafica claramente la relación del ápice de la pieza 12 con la corona de la pieza 13, que observamos en la sección sagital.

### CASO 2



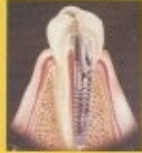
El corte panorámico muestra una pieza dentaria supernumeraria impactada a nivel apical de las piezas 12 y 11, en posición invertida, mesioangulada con la corona dirigida hacia el piso de fosa nasal. Las secciones sagitales, coronales y la reconstrucción 3D muestran la orientación de la corona de la pieza supernumeraria hacia la tabla ósea vestibular dirigida hacia el piso de fosa nasal.

### CASO 4



La vista panorámica muestra la impactación de la pieza dentaria 11 en aparente posición transversal. Las vistas coronales y sagitales confirman la posición transversal de la Pza. 11, la relación con el piso de fosa nasal (corte coronal), la orientación de la corona hacia la tabla ósea vestibular y la dilaceración apical (corte sagital y 3D).

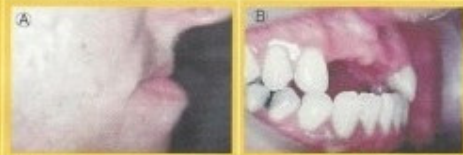
## Planificación en Implantología



**C.D. Elmer Salinas Prieto**  
Especialista en Periodoncia  
Diplomado en Implantología

En la última década, los implantes oseointegrados pasaron a ser parte de la odontología como una importante alternativa de tratamiento en la ausencia de elementos dentales, todo esto conllevó a un gran cambio en el planeamiento y en la secuencia de tratamiento de cualquier rehabilitación oral, en la ausencia no solamente de un elemento sino de todos los dientes. Nos parece ya imposible, en la ausencia de piezas dentarias, desconsiderar la posibilidad de indicar los implantes dentales, por eso, es importante presentar y evaluar con el paciente las diferentes posibilidades rehabilitadoras que son aplicables en su caso, asumiendo una postura esencialmente conservadora y preventiva, logrando así un mejor pronóstico a largo plazo.

Para ello, es muy importante que se compruebe cuidadosamente la condición física general del paciente con el fin de obtener un diagnóstico general de su salud, por lo que debemos reunir un historial médico, historial dental, estudio radiográfico, modelos de estudio y fotográficos; todo esto, es esencial para la planificación del tratamiento.



**FIG. 1.1A-B**  
Falta de soporte labial (hipotonía) debido a la pérdida dentaria anterior superior, demarcación exagerada de líneas nasogenianas y nasolabiales, variación de la dimensión vertical intermaxilar, con inestabilidad oclusal.

### Historia Clínica:

Constituye uno de los aspectos más importantes y reveladores de la evaluación del paciente, lo cual nos da un 85% de la información, es un punto en que hay que detenerse mucho y conviene tener una plantilla preformada destinada a:

- Determinar si el paciente se encuentra actualmente en cuidados médicos.
- Determinar si el paciente tiene un historial de tendencias anormales de sangrado.
- Determinar si el paciente abusa de cigarrillos, drogas, alcohol o de sustancias químicas.

### Examen clínico:

El primer contacto con el paciente quizá sea el más importante en un tratamiento implantológico, con el examen clínico objetivo (observación, inspección, palpación) debemos de localizar los signos que identifican el estado de salud o enfermedad de los tejidos.



**FIG. 2.1A-B**  
Pérdida de estructuras dentarias, acentuada reabsorción del proceso alveolar en espesor y altura con proliferación de tejido fibroso en zona vestibular.

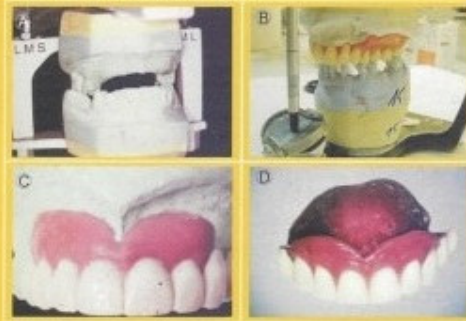
### Examen extraoral o perioral:

Debemos realizar una minuciosa evaluación clínica etc. (FIG. 1.1A-B)

- Cambios en la dimensión vertical o posición céntrica.
- Ausencia de patologías de la A.T.M.
- Tonicidad muscular (cambio de la postura labial/falta de soporte labial).
- Línea de la sonrisa (alta/media/baja).

### Examen intraoral: (FIG. 2.1A-B)

- Condición de los tejidos blandos.
- Cantidad y calidad del rebordo óseo remanente.
- Estado de salud de los elementos naturales remanentes (donde se debe realizar el pronóstico individual diente a diente).
- Necesidad de corrección de los planos oclusales.
- Presencia de migraciones dentales.
- Necesidad de corrección ortodóncica.



**FIG. 3.1A-D**  
A) Siempre los modelos se montan sobre un articulador semiajustable. Lo primero que reconocemos es la topografía del terreno vista desde distintos ángulos. (B-C-D) Muchas veces sobre el modelo realizamos el encañado para comparar el aspecto estético, representado por el aporte del labio superior.

### Estudio de Modelos:

Esta etapa es la que inicia el plan de tratamiento. Los modelos de estudio correctamente articulados, son considerados impresionables para obtener una visión tridimensional de la situación real a que van a ser sometidos estos anclajes, cuando entren a oclusión fisiológica. (FIG. 3.1A). Donde se va a poder apreciar todo el entorno que pueda favorecer o influenciar negativamente las relaciones intermaxilares, además de visualizar extrusiones, facetas de desgaste, reabsorción o extrusión ósea.

### Encañado de diagnóstico:

Sobre los modelos se puede reproducir con cera la anatomía dentaria faltante, los cuales nos puedan indicar futuras interferencias o desplazamientos, teniendo que prevenir su corrección (FIG. 3.1 B-C-D). Muchas veces realizamos enfilados con o sin flanco vestibular para comprobar el aspecto estético final.

### Estudio Radiográfico:

El diagnóstico por imágenes se ha incrementado en los últimos años como consecuencia de los avances tecnológicos aportados a la odontología. En primer lugar recordemos que la exploración radiográfica convencional nos da mucha información sobre anatomía y patología de los tejidos pre existentes en la región maxilofacial, y también conocer sus limitaciones que hoy en día han sido vulnerables gracias a la tomografía axial computarizada.

### Radiografía periapical:

Nos indica la calidad del hueso y el espacio disponible entre los dientes adyacentes a la zona edéntula. (FIG. 4.1). En muchos casos es suficiente una radiografía periapical para resolver un caso de diente unitario cuando la clínica y los modelos nos presentan un caso sencillo.



**FIG. 4.1A**

Las mediciones horizontales deben de realizarse de preferencia en las radiografías periapicales debido que esta técnica (como tal) proporciona una mejor calidad de imagen y menor distorsión.



**Radiografía panorámica:**

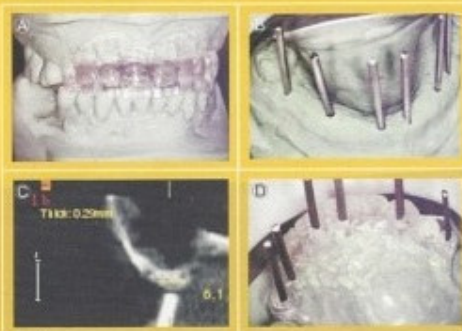
Es el estudio más utilizado en implantología, por el cual una visión general de ambos maxilares. La panorámica nos permite visualizar la distancia entre los agujeros mentonianos, la distancia cresto basal y el recorrido del nervio dentario inferior en la mandíbula (FIG. 5.1A). En el maxilar superior podemos ver el plano intersinusal, la distancia cresto nasal, cresto sinusal, la tuberosidad y el apófisis pterigoides.



**FIG. 5.1A**  
Radiografía Panorámica en la que se aprecia una importante atrofia ósea maxilomandibular y emergencia superficial de los nervios mentonianos.

**Férulas radiográficas:**

La incorporación de un marcador metálico de longitud predeterminada en el área de tratamiento, va a permitir una aproximación más precisa de la altura ósea disponible, comprobando la disponibilidad o no de colocar implantes en los puntos planificados, previniendo los accidentes anatómicos.

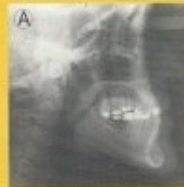


**FIG. 6.1A-B-C-D**  
Modelos de Estudio donde se proceden a fabricar las férulas para la colocación de las guías radiográficas.

El estudio radiográfico panorámico determina si no se pueden realizar implantes por los métodos convencionales, es decir tendremos que recurrir a técnicas más sofisticadas e invasivas.



**FIG. 7.1A**  
Imagen panorámica de la región receptora obtenida con la posición de la guía quirúrgico-radiográfica. Obsérvese el estomatismo total superior y la neumatización bilateral de los senos maxilares.



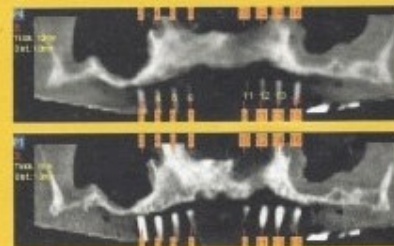
**Teleradiografía lateral:**

Nos brinda una importante información de la región sinfisaria mentoniana con respecto a la inclinación anteroposterior de la mandíbula; el cual nos permite evaluar la clase esquelética del paciente.

**FIG. 8.1A**  
Teleradiografía de perfil. Observar la discrepancia intermaxilar y nivel de resorción en la región premaxilar.

**Tomografía Axial Computarizada:**

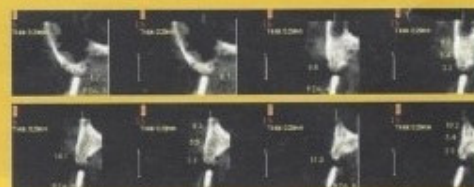
Nos permite realizar un estudio tridimensional de las estructuras anatómicas presentes en los maxilares. Obteniendo una serie de imágenes en el plano axial, produciendo cortes horizontales y transversales de los maxilares, con lo cual es posible determinar la profundidad y anchura de los maxilares en cualquier área. El éxito de una T.A.C. (FIG. 8.1A-B-C). Permite definir la decisión operatoria a ser asumida debido a que se convierte en el dato instrumental que confirma las hipótesis diagnósticas y terapéuticas que hasta el momento han sido desarrolladas sobre la base del examen clínico.



**FIG. 8.1A**  
Tomografía computarizada de tórax panorámico maxilar, en la que se observan las referencias o guías quirúrgicas con relación los procesos alveolares.



**FIG. 8.1B**  
Escaneograma del maxilar donde se aprecian los cortes realizados por el tomógrafo.



**FIG. 8.1C**  
Imagen Tomográfica donde se aprecian los cortes axiales del maxilar superior, nótese en los cortes 1 y 2 la evidente imposibilidad de colocar implantes por los métodos convencionales debido a una evidente atrofia del hueso maxilar y una relación cercana con los senos maxilares.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

1. DOMINGO, SANTOS P. *Quirúrgica Clínica. Práctica Contemporánea*, v2, p.251-265. Arty Médica. São Paulo, 2004.
2. JOSÉ CICERO CRATO. *Implantes Oseointegrados*, p.7-50 Arty Médica. São Paulo, 2003.
3. OSCAR ALBERTO RANALLI. *La implantología del Nuevo Milenio*, p.49-74. Argentina, 2002.
4. FABRO J. BARBOZA BEZERRA. *Neupia Clínica Avanzada en Implantología*, p.7-15. Arty Médica. São Paulo, 2005.
5. MIGUEL PESQUEROLA DAGIO. *Implantología Oral*, p.10-47. Arty Médica. Barcelona 2001.

## Anexo 4: CON EL RESIDEÑO

SETIEMBRE-DICIEMBRE 2010

Servicios  
Atención de la  
red de consultorios  
especializados  
(pág. 2)

Tema central  
Profesionales  
competitivos  
(págs. 10-11)

# 27

# Radiología al día



**Diagnóstico preciso con documentación para ortodoncia**

Mediante el uso de imágenes digitales en el tratamiento odontológico, hoy es posible conocer los indicios de los resultados de la intervención e identificar posibles complicaciones.

Diagnóstico por Imágenes  
Dr. SEBASTIÁN ALLARDO OLIVERA



El doctor Aguayo Olivares señala que la documentación para ortodoncia posee una sola estructura, pero los exámenes requeridos varían de acuerdo al análisis clínico que ejecute el odontólogo. "El objetivo es evitar estudios innecesarios y malgastar los recursos. Sin embargo, para garantizar los resultados y contribuir con la eficacia del tratamiento es indispensable realizar las radiografías panorámica y lateral".

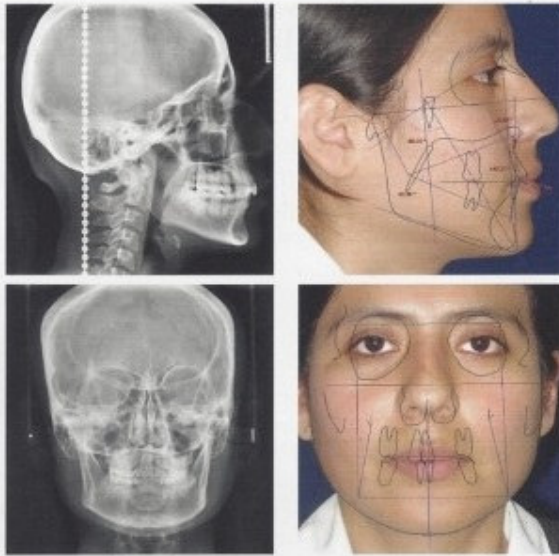
Es necesario que el odontólogo reconozca las limitaciones de la documentación para ortodoncia y sepa afrontarlas. En algunos casos, las proyecciones del tratamiento que se realizan en base a las imágenes no concuerdan en su totalidad con la ortodoncia o cirugía final por motivos exclusivos del paciente, aunque al pronosticar los resultados las condiciones son las adecuadas. Generalmente, las condiciones varían en el tratamiento.

La documentación para ortodoncia se usa también para estudios universitarios e investigaciones. El objetivo es analizar los éxitos y fracasos de los tratamientos para generar alternativas de solución e implementar correctivos en futuras intervenciones. Además, los odontólogos pueden usarlas con sus demás pacientes para mostrarles los beneficios de iniciar el procedimiento.

#### TRATAMIENTO

En el caso de las cirugías ortognáticas es necesario contar con las radiografías laterales, posteroanterior y panorámica. En cualquier tratamiento es necesario tener el examen panorámico para conocer el estado del paciente. La radiografía panorámica es el examen ideal que todo paciente debería hacerse antes de iniciar un tratamiento odontológico. De forma complementaria, según el análisis clínico, se pueden realizar estudios radiográficos y tomográficos para examinar las articulaciones temporomandibulares, los senos maxilares, las vías aéreas, entre otros.

Con la tecnología, la transferencia de la documentación para ortodoncia se realiza de forma ágil y puede ser analizada por odontólogos de distintos lugares. Por eso, es necesario concientizar a los especialistas y docentes para incrementar su uso y garantizar los resultados. Aunque algunos exámenes auxiliares contribuyen con el diagnóstico, se debe optar por la documentación y protocolos por imágenes para brindar una mejor atención a los pacientes. ☞

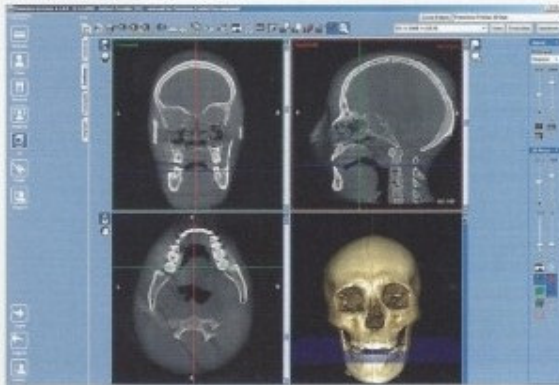


☞ Antes de un tratamiento ortodóncico es necesario conocer las piezas dentarias y las estructuras vecinas.

### Tecnología efectiva

>>En la documentación digital para ortodoncia se pueden incluir videos de apoyo y mejorar la visión sobre el estado de las piezas dentarias del paciente. Registra los movimientos mandibulares, la deglución y las oclusiones dinámicas. Además de visualizar los registros, el especialista puede interactuar con ellos a través de colores y movimientos para brindar un mejor diagnóstico y lograr tratamiento efectivo.

Además de incrementar la comunicación entre el radiólogo, el dentista y el paciente, el software posee alternativas para editar exámenes cefalométricos. La documentación interactiva permite realizar simulaciones y proyecciones para que el especialista cuente con los implementos gráficos necesarios y explique a sus pacientes los beneficios o complicaciones de someterse o evitar el tratamiento.



☞ El uso de documentos gráficos ayuda a conocer de forma rápida el estado de la cavidad bucal del paciente.

# Displasia fibrosa poliostótica de presentación cráneo-facial



Figura 1. Radiografía panorámica.

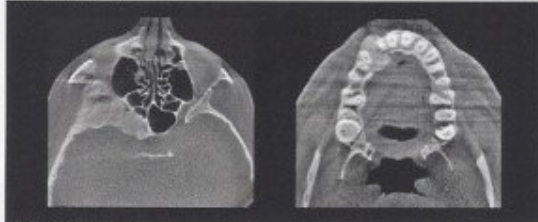


Figura 2. Cortes axiales.

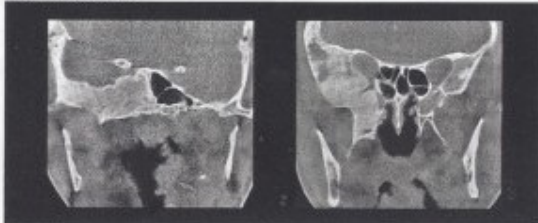


Figura 3. Cortes coronales.



Figura 4. Cortes transaxiales.



Figura 5. Reconstrucciones 3D.

## RELATO

Paciente de género femenino, de 38 años, asintomática, es remitida a consulta por presentar aumento de volumen en el lado derecho del maxilar superior.

En la radiografía panorámica (figura 1) se observa alteración en el patrón óseo trabecular con aspecto de "vidrio esmerilado" en el sector anterior y derecho del maxilar superior. Se evidencia incremento de las dimensiones de la tuberosidad maxilar y apófisis pterigoides del lado derecho, divergencia radicular de piezas 13 y 12 y desplazamiento de la pared posterior del seno maxilar ipsilateral.

Mediante cortes axiales (figura 2), coronales (figura 3), transaxiales (figura 4) y reconstrucciones 3D (figura 5), se encontraron imágenes hiperdensas en el lado derecho de los huesos maxilar superior y cigomático. También ocurrieron en los huesos temporal, esfenoides y temporal de límites no definidos. Estos ocasionan expansión ósea, desplazamiento del seno esfenoidal, de la pared lateral y del piso de órbita del lado derecho.

## COMENTARIO

La displasia fibrosa –término acuñado por Lichtenstein y Jaffe– se caracteriza por el remplazo del hueso normal por una mezcla de tejido fibroso inmaduro y fragmentos de hueso trabecular inmaduro. El hueso se agranda de manera uniforme y la cortical ósea se adelgaza. A pesar de ser una entidad benigna, puede causar alteraciones por su expansión y desplazamiento de estructuras.

Por lo general, se presenta en la segunda década de vida, con ligera prevalencia en las mujeres. Se clasifica en monostótica, cuando se encuentra implicado un solo hueso, y poliostótica, cuando se encuentra implicado más de un hueso. Asimismo, se encuentra el síndrome de McCune Albright, displasia fibrosa poliostótica asociada con endocrinopatías e hiperpigmentación cutánea (manchas café con leche).

Tienen un aspecto de "cáscara de naranja", que se aprecia con facilidad en las radiografías intraorales, o de "vidrio esmerilado" y pagetoide, que se observan en las radiografías extraorales y tomográficas. ☞



# Motricidad orofacial

El trabajo multidisciplinario y coordinado del odontólogo y el fonoaudiólogo favorece los resultados del tratamiento.



El fonoaudiólogo recupera la dinámica muscular del rostro y contribuye con su estética.

La presencia del fonoaudiólogo antes, durante y después del tratamiento odontológico contribuye con la estabilidad de las piezas dentarias, la estética facial y el habla de los pacientes. Su análisis sobre el sistema estomatognático, previo a la intervención, permite al odontólogo conocer el estado muscular y óseo de la persona, con lo cual mejora su diagnóstico y el proceso quirúrgico.

Durante la intervención, la fonoaudióloga evalúa los posibles cambios en la fisiología del paciente y diagnostica las causas del problema. Contribuye con el odontólogo para modificar el tratamiento y evitar daños musculares que podrían perjudicar las funciones como comer, hablar, respirar y masticar. Al final, los resultados son óptimos.

## CASOS FRECUENTES

La intervención quirúrgica en pacientes que utilizan prótesis dentales debe ser cuidadosa, porque poseen cuerpos y funciones que se aproximan a la decadencia. El análisis del fonoaudiólogo contribuye con la disminución del desgaste de los huesos y reduce los peligros de masticación y deglución.

En pacientes que sufren de parálisis facial es necesario realizar un análisis muscular interno y progresivo para identi-

ficar la zona que presenta deficiencias. La intervención odontológica varía según el grado de dificultad y patología que posean las áreas dinámica y estática o vacía.

El objetivo del fonoaudiólogo es recuperar la dinámica muscular del rostro y contribuir con su estética. Su aporte radica en conseguir la simetría entre ambos lados de la cara. Recupera la funcionalidad de los músculos que hayan sido alterados por cirugías ortognáticas o maxilofaciales, ya que en algunos casos, después de la intervención, quedan suturas que pueden formar queloides.

Su intervención se relaciona con el sistema de fonación, porque algunas personas que tuvieron tratamientos quirúrgicos presentan el labio y el paladar fisurados, lo cual altera la pronunciación. Los pacientes que no cuentan con la tercera molar pueden presentar problemas para masticar y deglutir. En estos casos se equilibran las fuerzas con la ayuda de ejercicios especializados.

Los tratamientos para niños con problemas de habla, para personas con fisura bucal o deficiencias al masticar varían de acuerdo al grado de complejidad y al estado muscular del paciente. El básico consiste en una evaluación completa de las estructuras ósea y muscular del paciente para detectar la zona afectada y las causas. ☺



**SANDRA GALVEZ**  
Fonoaudióloga master en terapia  
mifuncional y especialista en  
motricidad orofacial.  
Directora del Centro Integral de Terapias  
Speak To-be Perú-Colombia.

Correo electrónico:  
sandrafernanda\_7@hotmail.com

## TRABAJO COORDINADO

>>>La participación del fonoaudiólogo en el proceso quirúrgico reduce las secuelas de las cirugías y los tratamientos. Su labor radica en optimizar las condiciones musculares del paciente con el fin de contribuir con la intervención y verifica el equilibrio de la estética y las funciones motrices del sistema estomatognático. En algunos casos, el tratamiento muscular mejora los problemas bucales sin necesidad de incurrir en cirugías.

En cerca del 80% de los países latinoamericanos como Brasil, Argentina y Chile, además de Estados Unidos y Europa es común que los pacientes asistan al fonoaudiólogo antes, durante y después del tratamiento odontológico. En el Perú, esta práctica aún no se ha desarrollado en su totalidad. Sin embargo, existe una tendencia positiva debido al conocimiento de las personas y el compromiso de los profesionales.

El odontólogo que en sus pacientes detecte respiración bucal, empuje lingual o deglución y masticación atípica o alterada debe coordinar con el especialista para evaluar el caso y adaptar su tratamiento. El odontopediatra debe reconocer la mala pronunciación en el niño o ilegibilidad en su lenguaje. Y el cirujano maxilofacial verifica la asimetría facial, los dolores durante la masticación o fonación y los problemas en la articulación temporomandibular. ☺