



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América
Facultad de Letras y Ciencias Humanas
Escuela Profesional de Comunicación Social

Rediseño y edición del suplemento de investigación, tecnología e innovación, NEO

INFORME PROFESIONAL

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación
Social

AUTOR

Diego Rafael GRIMALDO GIRALDO

ASESOR

Thelmy María del Carmen MENDOZA MICHILOT

Lima, Perú

2016



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Grimaldo, D. (2016). *Rediseño y edición del suplemento de investigación, tecnología e innovación, NEO*. [Informe Profesional de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Escuela Profesional de Comunicación Social]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

Escuela Profesional de Comunicación Social

"Año de La consolidación del Mar de Grau"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE INFORME PROFESIONAL

En el Salón de Grados de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas a los nueve días del mes de noviembre de dos mil dieciséis, siendo las 12:00 horas, con la Presidencia del Dr. Carlos Hugo Cornejo Quesada, los miembros del Jurado: Lic. Iris Gladys Tinoco Casallo, Lic. Rosa Cusipuma Arteaga y su asesor Lic. María Mendoza Michilot, se reunieron con la finalidad de escuchar la exposición del Informe Profesional: "REDISEÑO Y EDICIÓN DEL SUPLEMENTO DE INVESTIGACIÓN, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN, NEO", que el bachiller **Diego Rafael Grimaldo Giraldo** ha presentado a consideración de la Escuela, para obtener el Título Profesional de Licenciado en Comunicación Social. El Presidente del Jurado invitó al bachiller a exponer el Informe Profesional. Concluida la exposición la bachiller absolvió las preguntas que le formularon los miembros del jurado.

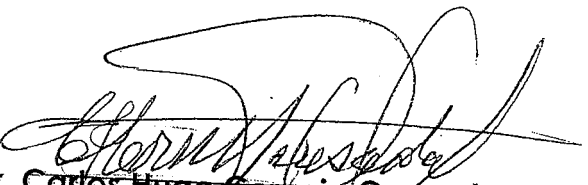
Terminada la sustentación se procedió a la calificación, resultando aprobada como **SOBRESALIENTE** con la calificación de **DIECINUEVE (19)**.

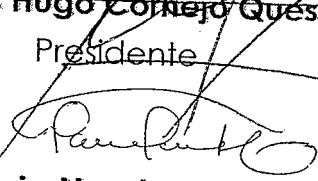
El Presidente manifestó que, habiéndose aprobado la sustentación, la Facultad de Letras y Ciencias Humanas recomienda a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos el otorgamiento del Título de Licenciada en Comunicación Social al bachiller **Diego Rafael Grimaldo Giraldo**

Siendo las 13:30 horas concluyó el acto de sustentación, por lo cual los miembros del Jurado, dando fe de lo actuado, firman la presente Acta de Sustentación por quintuplicado.


Lic. Iris Gladys Tinoco Casallo
Miembro


Lic. Rosa Cusipuma Arteaga
Miembro


Dr. Carlos Hugo Cornejo Quesada
Presidente


Mg. Maria Mendoza Michilot
Asesor

*Al gato de Alexandra,
a los objetivos trazados,
a la paciencia de mis amigos,
a la de mi familia,
a todos ellos
y a quien lee.*

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	7
CAPÍTULO I: EL QUEHACER PROFESIONAL.....	9
1.1 Identificación.....	9
1.2 Organización donde se realizó la experiencia.....	12
1.2.1 La Pontificia Universidad Católica del Perú.....	12
1.2.2 La Dirección de Comunicación Institucional.....	12
1.2.3 El semanario <i>PuntoEdu</i>	13
1.3 Objetivos.....	14
1.4 Público objetivo.....	15
1.5 Estrategias de trabajo.....	16
CAPÍTULO II: LA EXPERIENCIA OBJETO DE SISTEMATIZACION.....	18
2.1 Objeto de sistematización.....	18
2.1.1 Relevancia.....	20
2.1.2 Validez.....	20
2.1.3 Aplicabilidad.....	21
2.1.4 innovación.....	21
2.2 Objetivos de la sistematización.....	22
2.2.1 Objetivo general.....	22
2.2.2 Objetivos específicos.....	22
2.3 Espacio temporal.....	22
CAPÍTULO III: MARCO DE REFERENCIA: EJES TEMÁTICOS DE LA SISTEMATIZACIÓN.....	23
3.1 Diseño de medios impresos.....	23
3.1.1 Sobre el diseño periodístico.....	23
3.1.1.1 Los textos, formas y funciones.....	25
3.1.1.2 Las imágenes.....	30
3.1.1.3 Los recursos gráficos no textuales ni icónicos.....	32
3.1.1.4 La distribución y arquitectura del espacio de la página.....	33
3.1.2 Sobre el rediseño periodístico.....	34
3.2 Funciones del editor.....	37
3.2.1 Selección de la información.....	38
3.2.2 Asignar labores.....	41
3.2.3 Responsable del producto.....	42

3.2.4 Un breve repaso.....	45
3.3 Rutinas de trabajo.....	45
3.3.1 El primer paso es planificar.....	48
3.3.2 Las fuentes lo facilitan todo.....	50
3.3.3 Los ajustes del editor.....	53
3.4 Interrogantes centrales y específicas.....	55

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA SISTEMATIZACIÓN.....57

5.1 Del quehacer profesional, el objeto de estudio y los objetivos.....	57
5.2 De los ejes conceptuales.....	58
5.3 De los contextos y el análisis de la experiencia.....	58

CAPÍTULO V: RESULTADOS DE SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL.....60

5.1 Presentación.....	60
5.1.1 Contexto próximo.....	61
5.1.2 Contexto remoto.....	63
5.2 Análisis de la experiencia.....	68
5.2.1 Los rediseños de <i>NEO</i>	68
5.2.1.1 El primer rediseño.....	68
5.2.1.2 El segundo rediseño.....	76
5.2.2 Funciones del editor de <i>NEO</i>	86
5.2.2.1 A manera de contexto.....	88
5.2.3 Rutinas de trabajo.....	89
5.2.3.1 Primer rediseño.....	92
5.2.3.1.1 El contenido.....	92
5.2.3.1.2 La asignación de temas.....	95
5.2.3.1.3 Fotos, maquetación y diseño.....	99
5.2.3.1.4 La edición propiamente dicha.....	100
5.2.3.2 Segundo rediseño.....	101
5.2.3.2.1 El contenido.....	101
5.2.3.2.2 La asignación de temas.....	103
5.2.3.2.3 Fotos, maquetación y diseño.....	107
5.2.3.2.4 La edición propiamente dicha.....	108

CAPÍTULO VI: BALANCE DE LA EXPERIENCIA.....109

6.1 Lecciones aprendidas.....	109
6.2 Hallazgos.....	111
6.3 Tareas pendientes respecto al análisis de la experiencia.....	112
6.4 Aportes.....	112
6.4.1 A nivel Teórico-Conceptual.....	112

6.4.2 A nivel Profesional.....	112
6.4.3 A nivel Instrumental.....	113
6.4.4 A nivel Social.....	113
CONCLUSIONES.....	114
RECOMENDACIONES.....	118
BIBLIOGRAFÍA.....	120
Anexo 1: Material de Análisis.....	125
Anexo 2: Procesos aprobados de producción gráfica para <i>PuntoEdu</i> impreso y suplementos....	135
Anexo 3: Primer rediseño del suplemento <i>NEO</i>	139
Anexo 4: Segundo rediseño del suplemento <i>NEO</i>	141
Anexo 5: ¿Cómo se hace <i>PuntoEdu</i> ?.....	143
Anexo 6: Relación de gráficas empleadas en el informe profesional.....	145

INTRODUCCIÓN

Un editor periodístico es responsable directo de la calidad con la que una publicación llega ante los ojos de sus lectores. Pese a que su labor muchas veces pasa desapercibida, él es quien verifica, corrige y jerarquiza la información que difundirá el medio de comunicación para el que labora y que, previamente, ha sido recogida, tratada y desarrollada por el equipo de profesionales que dirige, a menudo por encargo suyo.

El presente Informe Profesional se origina de mi experiencia como trabajador de la Dirección de Comunicación Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú, donde me desempeñé como editor de *NEO*, el suplemento monotemático de investigación, tecnología e innovación del semanario institucional *PuntoEdu*. A través de él, identifiqué las funciones que he llevado a cabo y las rutinas periodísticas desarrolladas a partir de los dos rediseños por los que atravesó esta publicación.

Si bien, a lo largo de mi carrera he podido trabajar en diferentes medios de comunicación, algunos de alcance nacional, decidí analizar esta última etapa de mi vida, pues, además de considerarla enriquecedora en lo personal, creo que este análisis puede servir como punto de referencia para aquellos profesionales que, como me ocurrió en algún momento –y como me sigue ocurriendo– han afrontado el reto de liderar proyectos novedosos sobre los cuales no hay muchas puntos de referencia afines. *NEO* es la cara mediática, en materia de investigación, tecnología e innovación, de una universidad relativa a un país que no destaca por su inversión en estas áreas, importantes hoy en la economía mundial.

El presente informe consta de seis capítulos. En el primero de ellos presento el quehacer profesional de mi experiencia a través de la descripción de la organización en donde esta se llevó a cabo y cuáles son sus objetivos, público objetivo y estrategias, con la finalidad de hacer que el lector se haga una idea sobre las intenciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú y la importancia de *NEO* en su estructura y en sus planes, situación que originó, de alguna forma, el planteamiento de la experiencia objeto de sistematización, sobre la cual se desarrolla la segunda parte.

En la tercera parte, desarrollo los tres ejes temáticos que consideré para la elaboración de la sistematización de mi experiencia utilizando, desde luego, toda la teoría que pude tener a mi alcance. Estos están vinculados al diseño de medios impresos, las funciones que desempeña un editor y a las rutinas que desarrollan los periodistas con el fin de elaborar un periódico.

Posteriormente, en el cuarto capítulo, explico la metodología que he usado para analizar la experiencia profesional elegida, en tanto, en el quinto capítulo, presento los resultados de la sistematización de la experiencia profesional. Aquí hago un paralelo entre dos periodos claramente diferenciados durante mi labor como editor de *NEO*: 2010-2012, tras su primer rediseño; y 2014, tras su segundo rediseño; pues la decisión de llevar a cabo ambas situaciones alteraron, de alguna forma, la labor de los encargados de su publicación, en particular, la de su editor. Finalmente, en la sexta parte realizo un balance de mi experiencia para luego darle paso a las conclusiones y recomendaciones generadas.

CAPÍTULO I

EL QUEHACER PROFESIONAL

1.1 Identificación

La circulación de una publicación periódica es una tarea que consume, sin contar el factor económico, tiempo, energía y esfuerzo, pues son muchos los procesos que se desarrollan para llegar a un punto tal que un lector pueda encontrar por la mañana el diario que más le guste y comprarlo en el lugar que más le acomode. Lo mismo con las publicaciones gratuitas, que son entregadas en alguna esquina o, como es el caso del suplemento que presentaré para la sistematización de mi experiencia profesional, en el campus de un centro de educación superior. Existen así, personas dedicadas a la maquetación, otras que escriben artículos, otras que corrigen, otras que diseñan, y –como explica Plácido Moreno¹– un largo etcétera relacionado al tipo de organización que las acoge y al tipo de publicación que ésta ofrece al público vinculadas a un proceso productivo que se cruzan transversalmente y de arriba abajo. En tanto, la labor de un editor implica coordinar con todos estos actores, siendo, en la mayoría de situaciones, la cabeza visible de todo este sistema.

El quehacer de un editor implica, en primer lugar, definir los temas que serán tratados en el medio –en este caso– impreso. Por ello, es importante que tenga una visión lo suficientemente amplia del contexto en el cual este se encuentra inmerso, ya que haciendo uso de este bagaje del mundo que lo rodea –tanto a él como a su público objetivo– actúa

¹ MORENO, Plácido. *Reinventando el periódico: una estrategia para la supervivencia de la prensa diaria*, EuroEditions, 2009, p. 117.

como una especie de *gatekeeper* de la información que, como indica White², es guiado por su propia subjetividad a partir de su experiencia y particular punto de vista. Precisamente por esto último, y para tener un campo más amplio en la toma de decisiones, es común la programación de reuniones de contenido en las redacciones, previas al inicio de la actividad laboral, o la formación de comités editoriales.

En el caso puntual de un medio institucional, el editor compone el índice de la publicación que dirige a partir de la recopilación de la información de las diferentes actividades que se realizan en la institución, como las celebraciones especiales o eventos; o los hechos que genera su institución de forma externa; y decide, en el proceso, en qué secciones ingresará la información para luego proceder a su distribución en cada página. En algunos medios, esta labor de selección es llevada a cabo por un jefe de redacción. Sobre este papel, el destacado sociólogo francés Pierre Bourdieu comenta:

El editor es aquél que tiene el poder extraordinario de asegurar la publicación, es decir, de lograr que un texto o un autor existan para el público... Para conocer los procesos de selección que, al interior de la producción escrita, distinguen lo publicable de lo no publicable (para un editor en particular o para el conjunto de editores) es necesario, evidentemente, tomar en cuenta el *dispositivo institucional* que existe en cada medio. Más precisamente, debe aprender las relaciones objetivas entre los diferentes agentes que contribuyen a la decisión de publicar³.

Lo descrito por Bourdieu explica, además, otra de las labores del editor –quizá la más evidente– la de editar los textos entregados por los redactores que tiene a su cargo, es decir, corregirlos de manera que se encuentren en armonía con la línea editorial del medio al que

² WHITE, D.M. “The ‘Gate-Keeper’ le sélectionneur: étude sur la selection des nouvelles”. En *Sociologie de l’information*, F. Valle y J.G. Pardioleau, Larousse, París, 1973. C.P. ALSINA; Miguel Rodrigo (1989) p. 151

³ BOURDIEU, Pierre. “Une révolution conservatrice dans l’édition”, *Actes de la recherche en sciences sociales*, Número 126-127, 1999, pp. 3.

sirve, que en el caso de un periódico institucional está sujeto, precisamente, a los intereses de la institución que lo acoge, como una suerte de vehículo de promoción de todas sus actividades o, al menos, las más importantes. En ese sentido, el editor es quien plantea, en primera instancia, las necesidades del texto que debe entregarle el redactor, así como los lineamientos a seguir: buena ortografía, desde luego; excelente redacción y claridad en las ideas, además de una profunda investigación. En ese mismo nivel, aparece la figura del corrector de estilo, quien se encarga del control de calidad del texto eliminando, entre otros, defectos de redacción, errores gramaticales o impropiedades léxicas. Desde luego, todo ello en coordinación con el editor.

En el proceso de producción de un periódico, por si fuera poco, el editor puede tener decisión sobre la diagramación de sus páginas (hecha por un maquetador), así como sobre la selección de las fotografías e ilustraciones que acompañarán los artículos (hecha por un editor fotográfico). Todo ello, hasta finalmente dar el visto bueno para que lo “armado” sea aprobado y se imprima para su posterior distribución.

En mi labor como subeditor del semanario *PuntoEdu*, he tenido que realizar estas tareas al encargarme de la edición de algunas de las páginas de dicha publicación (en especial la de Deportes, en un primer momento, y, posteriormente, la de Investigación); páginas que luego pasaban por una revisión final a cargo de las editoras de dicho medio institucional. Asimismo, he cubierto la edición total de uno de sus suplementos, *NEO*, monotemático, dedicado a temas de innovación, tecnología e investigación.

1.2 Organización donde se realizó la experiencia

1.2.1 La Pontificia Universidad Católica del Perú

La Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), según su Libro blanco⁴ (en el que se detallan algunos aspectos de dicha universidad como institución y sobre su actividad académica), fue fundada el 24 de marzo de 1917 en Lima, como una entidad privada sin fines de lucro, dedicada a la enseñanza superior. Su fundador fue el R.P. Jorge Dintilhac SS.CC., y su primer local estuvo ubicado en la Plaza Francia, en el Cercado de Lima. Actualmente, su campus se encuentra en el distrito de San Miguel.

Cuando la Universidad cumplió 25 años, el papa Pío XII le confirió el título honorífico de Pontificia. Si bien en 1917 se estableció con dos facultades, Letras y Jurisprudencia, hoy cuenta con 11 y con dos unidades que brindan estudios generales, a las que ingresa el grueso de los alumnos durante sus dos primeros años de formación, Estudios Generales Ciencias y Estudios Generales Letras, así como con una Escuela de Posgrado y 15 Departamentos Académicos.

1.2.2 La Dirección de Comunicación Institucional

Durante la gestión del rector Luis Guzmán Barrón (2004–2009) se creó la Dirección de Comunicación Institucional (DCI), la unidad responsable de la planificación estratégica y definición de las políticas de comunicación de la PUCP. Asimismo, esta gestiona la comunicación del equipo rectoral y regula la comunicación de las direcciones académicas y administrativas, facultades, departamentos y centros e institutos de la universidad.

⁴ Pontificia Universidad Católica del Perú. *Libro blanco*, Lima, Perú, segunda edición, 2011, p. 7.

Dentro de las actividades que desarrolla esta unidad, según puede leerse en su portal⁵, en el marco de su labor de “definición de políticas”, la comunicación interna se encuentra dentro del rubro “Planificación, gestión, diagnósticos y/o estudios y capacitaciones”; en tanto, en el rubro “Gestión de medios institucionales”, destacan tanto *PuntoEdu* como su versión electrónica, *PuntoEdu* web.

1.2.3 El semanario *PuntoEdu*

PuntoEdu, como semanario institucional de la PUCP, se empezó a publicar en marzo del año 2005 con el objetivo de “mantener vinculados e informados a los miembros de la comunidad PUCP”⁶. Tiene 16 páginas (42 cm x 29 cm) a color y, actualmente, un tiraje de 16 mil ejemplares. Cuenta con el suplemento semanal de cultura y entretenimiento *Q* y con el suplemento *NEO*.

El equipo de trabajo de *PuntoEdu* está liderado actualmente por dos editoras, a quienes está subordinado un grupo formado por dos subeditores, tres redactores, dos diseñadores, un editor fotográfico, un fotógrafo, así como un practicante en el área de redacción y otro en el área fotográfica. Asimismo, cuenta con un consejo editorial en el que son miembros el director de la DCI y las dos editoras de *PuntoEdu* y que está compuesto por profesores de la PUCP y una representante estudiantil ante la asamblea universitaria de dicho centro de estudios. Salvo algunas excepciones, esto no ha variado en los últimos cuatro años.

⁵ <http://dci.pucp.edu.pe/dci>, consultado el 10 de julio del 2014.

⁶ Pontificia Universidad Católica del Perú. *Libro blanco*, Lima, Perú, segunda edición, 2011, p. 131.

NEO, en particular, cuenta con un editor –que en el organigrama general es subeditor de *PuntoEdu*– que dispone para la elaboración del suplemento con el personal de redacción de *PuntoEdu*, así como el de diagramación y fotografía.

1.3 Objetivos

En su página electrónica⁷, la PUCP se define como una comunidad académica plural y tolerante, inspirada en principios éticos, democráticos y católicos, la cual brinda una formación humanista, científica e integral de excelencia. En ese sentido, tiene como misión contribuir a ampliar el saber mediante investigaciones e innovaciones de nivel internacional, promover la creación y difusión de cultura, asumir un compromiso con el desarrollo humano y vincularse, de manera efectiva y permanente, con su entorno.

Según su plan estratégico institucional del año 2011 al año 2017⁸, la Pontificia Universidad Católica del Perú tiene como meta impulsar en la comunidad académica las condiciones que le permitan convertirse en una universidad de investigación. Por ello, plantea tres objetivos centrales que buscan potenciar la investigación aplicada y la básica (no aplicada), y garantizar el soporte de gestión necesario para sostener dicha labor, los cuales son:

- 1) Fortalecer la producción y difusión de las investigaciones realizadas en la PUCP
- 2) Poner los resultados de las investigaciones producidas por la PUCP al servicio de la comunidad

⁷ <http://www.pucp.edu.pe>, consultado el 10 de julio del 2014.

⁸ Pontificia Universidad Católica del Perú. *Plan estratégico Institucional 2011-2017: Hacia el centenario*, Lima, Perú, 2011, pp. 13-14.

- 3) Asegurar las condiciones que permitan promover una mayor producción de investigación de calidad

Todos estos puntos, en especial el primero, van en línea con la publicación del suplemento *NEO*.

1.4 Público objetivo

De igual forma que *PuntoEdu* y su suplemento *Q*, *NEO* está dirigido a los miembros de la comunidad universitaria de la PUCP, la cual está compuesta, principalmente, por cerca de 20 mil estudiantes de pregrado, 5 mil estudiantes de posgrado, 2 mil 200 profesores y 2 mil 800 administrativos y obreros.

Según un estudio de lectoría finalizado en mayo del 2012 sobre *PuntoEdu* y sus suplementos⁹, se supo que los lectores de *NEO* lo consideraban un suplemento especializado y actual, educativo e innovador, con información útil para el trabajo y los estudios. De la misma forma, pensaban que era para gente “que conoce el tema” y generalmente para profesores. Asimismo, se confirmó algo que hasta ese momento era intuitivo: se observó un mayor interés en leerlo por parte de los alumnos de pregrado de Estudios Generales Ciencias y los alumnos de la Facultad de Ciencias e Ingeniería (60% de lectoría en ambos casos). En general, contó con una lectoría del 41%, encontrándose los mejores indicadores de lectoría entre los administrativos y los docentes de tiempo completo (59% y 51%, respectivamente).

⁹ Elaborado por la empresa GFK.

1.5 Estrategias de trabajo

Tal como lo indica el Libro blanco de la PUCP¹⁰, en marzo del 2009 se lanzó el suplemento quincenal –hoy mensual– *NEO* para permitir el desarrollo de una línea estratégica de comunicación vinculada a la difusión de los aportes de la universidad en investigación, innovación y tecnología.

Inicialmente fue presentado en cuatro páginas de *PuntoEdu*, pero en el 2010 se empezó a publicar como un suplemento de ocho páginas a full color. Desde marzo del presente año, *NEO* presentó un nuevo diseño, con doce páginas, impreso en papel *couché*; y se convirtió en una publicación mensual.

Esto último se decidió tras una serie de reuniones, llevadas a cabo los días 17 y 18 de febrero del 2014, en las que participó el cuerpo editorial de *PuntoEdu* y periodistas y diagramadores externos, los cuales evaluaron los productos de comunicación impresos de la Dirección de Comunicación Institucional de la PUCP.

A partir de estas reuniones, y tomando como base el estudio de lectoría del 2012, se concluyó que mejorar el diseño de *NEO* reforzaría su condición de publicación monotemática y que un cambio en la calidad de papel con la que había sido impreso hasta ese momento podría ayudar a brindar una mejor recepción por parte de los lectores y diferenciarlo del otro suplemento de *PuntoEdu*, *Q*. Además, se consideró que cambiarle la periodicidad causaría el mismo efecto y permitiría trabajar mejor los textos y fotografías haciéndolo más contundente y relevante al darle mayor presencia y profundidad.

¹⁰ Pontificia Universidad Católica del Perú. *Libro blanco*, Lima, Perú, segunda edición, 2011, p. 131.

Cabe mencionar, que el 2009 se editó un libro que reunió todos los artículos que *NEO* presentó durante el año anterior.

CAPÍTULO II

LA EXPERIENCIA OBJETO DE SISTEMATIZACION

2.1 Objeto de sistematización

Tras algunos años de trabajo en medios de comunicación masivos, como el diario *El Comercio* y su página electrónica, a inicios del año 2009 empecé a trabajar como redactor de *PuntoEdu*, el semanario de la Pontificia Universidad Católica del Perú, específicamente de su sección deportes. Luego de un año en el que publiqué diferentes artículos, muchos ajenos incluso a la temática deportiva, y de apilar experiencia en el rubro institucional, el primer semestre del 2010 inicié mis labores como subeditor del mencionado periódico, encargándome especialmente la tarea de editar su suplemento monotemático quincenal sobre innovación, tecnología e investigación, *NEO*, recientemente rediseñado y con un cambio en cuanto su tamaño.

Con el nuevo cargo llegaron entonces nuevas responsabilidades y desafíos, como la búsqueda de temas para difundir vinculados, desde luego, al quehacer universitario. Esto implicó iniciar una particular relación con las fuentes, como profesores o autoridades de la PUCP, que no siempre fue ideal y que, en algunas ocasiones, condicionó el contenido de la publicación. Asimismo, implicó un nuevo tipo de vínculo con el personal relacionado a la publicación del suplemento –que al mismo tiempo se encargaba de laborar para *PuntoEdu* y su suplemento *Q*– y el desarrollo de una nueva rutina de trabajo, acorde con las características y secciones del producto que editaba.

Todo sistema de trabajo desarrollado desde el 2010 fue vuelto a reestructurarse a partir de un segundo rediseño de *NEO* (el segundo a mi cargo), situación que se llevó a cabo durante el primer semestre del 2014 y que originó una serie de cambios visibles, siendo el referido a su periodicidad el más notable, pues pasó de ser una publicación quincenal a una mensual, algo que me interesa sobremedida detallar al ser este uno de los momentos más interesantes de mi carrera, distinta a mi labor como redactor de algún diario de circulación nacional.

La experiencia que elegí como objeto de la sistematización dentro de mi quehacer profesional toma como tema, por lo tanto, mi trabajo como editor del suplemento *NEO* en las etapas antes descritas y excluye un periodo de ausencia de mi persona en este medio, de agosto del 2012 a enero del 2014, tiempo en el que tuve que dejar su edición por motivos de estudio.

Como se detalla en los puntos siguientes, esta labor de análisis cobra valor si se considera la estrecha vinculación que existe entre universidad y desarrollo en el actual contexto mundial globalizado, competitivo y de sociedades del conocimiento, así como la necesidad de difundir la investigación científica que se realiza –a ese nivel– en el Perú. En el caso puntual de la PUCP, *NEO* es uno de los productos a partir de los cuales difunde, tanto al interior como al exterior de su campus, los alcances de las investigaciones que se originan en su seno, por lo que su evolución le resulta de especial importancia (y esta evolución, sin duda, implica la mejora constante del suplemento como producto, de sus procesos de publicación y de sus responsables, el editor del mismo).

2.1.1 Relevancia

Son pocos, inexistentes o poco divulgados los medios de comunicación en el país que traten temas de innovación, tecnología e investigación a nivel universitario, razón por la cual *NEO* se presenta como un referente dentro de su género. Asimismo, no hay referencias sobre la edición del mismo, pues hasta el momento solo ha existido un editor –propriadamente dicho– a cargo de esta publicación, de allí la relevancia, en este caso, de sistematizar mi experiencia, la cual sería referencial para aquellos que se embarquen en una aventura similar (que en algunos momentos ha sido del tipo “ensayo y error”).

En líneas generales, además, es necesario recalcar la importancia que tiene *NEO* como divulgador de la actividad científica que se desarrolla en un centro de educación superior del Perú –en este caso: la PUCP– pues, como señala Javier E. Bermúdez, este quehacer puede considerarse “un reto” en nuestro país.

Lo poco investigado y producido en algunas facultades no está debidamente divulgado ni siquiera en sus propios ámbitos, porque no existen mecanismos de difusión, como las revistas científicas, sean impresas o virtuales, que difundan los productos de las investigaciones. Si los resultados de las investigaciones no se publican o no se divulgan para conocimiento, análisis, validación o refutación en el ámbito de la comunidad científica, es como si no se hubieran realizado. En tal caso, como es lo que ocurre en el Perú, los esfuerzos y los escasos recursos resultan siendo malgastados¹¹.

2.1.2 Validez

El suplemento *NEO* ha evolucionado con el correr del tiempo y adquirido una personalidad que lo distingue de otros productos de la Dirección de Comunicación

¹¹ BERMÚDEZ GARCÍA, Javier. “Investigación científica en el Perú: factor crítico de éxito para el desarrollo del país”, <http://revistas.upc.edu.pe/index.php/sinergia/article/view/130>, consultado el 19 de julio del 2014.

Institucional de la PUCP. Este Informe Profesional busca poner énfasis en este proceso de “crecimiento”, propio de toda publicación que busque mejorar y hacerse más atractiva dentro del contexto en el que se desenvuelve y con las herramientas que tiene a su disposición, así como dar cuenta de la problemática que genera la edición de un medio de comunicación dedicado a difundir temas sobre innovación, tecnología e investigación y las razones que motivaron sus rediseños.

2.1.3 Aplicabilidad

Una adecuada sistematización de la experiencia en la edición de *NEO* puede ser referencial para aquellos profesionales que tengan que enfrentarse a labores similares. La modificación de rutinas, es un tema clave, en ese sentido, en especial cuando se pasa de editar una publicación quincenal a editar una publicación mensual.

2.1.4 Innovación

La sistematización de la experiencia de la edición del suplemento tendrá valor en cuanto contribuya a mejorar los procesos de edición de sus futuras publicaciones. *NEO* es, sino el único, uno de los pocos suplementos monotemáticos universitarios que existe en el Perú que trata temas vinculados a la investigación sin ser estrictamente técnico, algo que adquiere importancia en un país que no destaca precisamente por su inversión en ciencia, tecnología e innovación, elementos que poseen un valor estratégico económico

fundamental y que, actualmente, según el Ministerio de Economía y Finanzas del Perú¹², son política de estado.

2.2 Objetivos de la sistematización

2.2.1 Objetivo general

Describir el trabajo de edición periodística que realicé como editor del suplemento *NEO* tomando como referencia sus últimos dos procesos de rediseño.

2.2.2 Objetivos específicos

- Analizar los criterios de estilo y editoriales que llevaron a los rediseños del suplemento *NEO*.
- Describir las funciones relacionadas a su cargo desempeñadas por el editor de *NEO* para la producción del suplemento.
- Describir las rutinas laborales desarrolladas durante la edición del suplemento *NEO*.

2.3 Espacio temporal

Para efectos del trabajo de sistematización de mi experiencia como editor de *NEO* me enfocaré, en primer lugar, en el período concerniente al año 2010-2012, relativo al primer rediseño de la mencionada publicación; y, en segundo, al periodo 2014, cuando fue rediseñado por segunda vez.

¹² Ministerio de Economía y Finanzas del Perú. *Perú: política de inversión pública en ciencia, tecnología e innovación*, Lima, Perú, 2012.

CAPÍTULO III

MARCO DE REFERENCIA: EJES TEMÁTICOS DE LA SISTEMATIZACIÓN

Con el fin de sustentar la sistematización de mi experiencia como editor del suplemento de *PuntoEdu, NEO*, para el presente Informe Profesional he considerado tres ejes temáticos. El primero de ellos, está vinculado al diseño de medios impresos. El segundo, a las funciones que desempeña un editor y, el tercero, a las rutinas que desarrollan los periodistas con el fin de elaborar un producto informativo, en este caso, institucional.

3.1 Diseño de medios impresos

Puede decirse que un diario, una revista o, como ocurre en este caso, un suplemento, se presenta ante sus lectores como una combinación de contenido y diseño, por lo que su cambio de apariencia es parte natural de su crecimiento, en especial en esta época marcada por Internet y las nuevas plataformas de comunicación, pues, como señala Mario R. García¹³, “estamos viendo un crecimiento en la actividad del rediseño en el sector de la imprenta que no tiene comparación, incluso con los estándares de la década de 1980. Se lo puede llamar un deseo de sobrevivir o un esfuerzo por igualarse con nuevos medios”.

3.1.1 Sobre el diseño periodístico

Según Jesús García, el conocimiento del diseño periodístico de comunicación e información escrita se sustenta sobre aspectos teóricos a la vez que sobre habilidades

¹³ GARCÍA Mario R. “El rediseño del periódico: nueva vitalidad y nueva aproximación”. Chasqui, número 80, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, pp. 36-37. <http://www.redalyc.org/pdf/160/16008007.pdf>, consultado el 12 de octubre del 2014.

prácticas. Es decir, se comporta como una verdadera tecnología, en la medida que se trata de conocimientos teóricos sistematizados que han de ser aplicados en procesos de realización de medios escritos, los cuales pasan por las distintas fases en que se desarrolla cada plan de diseño periodístico. Por dicho motivo, es preciso indicar que el diseño periodístico es tecnología de la comunicación e información escrita.

La realidad del diseño periodístico de comunicación e información escrita se basa, desde su comienzo, en la interrelación continua de textos, imágenes y recursos gráficos no textuales ni icónicos, como únicos elementos de los que se compone cada página de periódico; de manera que toda la gama de creaciones en la práctica del diseño periodístico tiene que habérselas solo con ellos y poner en juego el saber hacer y la imaginación para conseguir el milagro del periódico de cada día. Los elementos simples de los que se ha servido desde su inicio y se sigue sirviendo hasta la fecha el diseño periodístico son los textos en todas sus variedades, las imágenes y los restantes recursos gráficos no textuales ni icónicos¹⁴.

En esa misma línea, como indica Humberto Martínez-Fresneda puede señalarse que el diseño periodístico se ha convertido en un agente invisible del proceso de comunicación que los medios utilizan para transmitir de manera más eficaz sus mensajes:

Hay que reflejar que todo el mundo está de acuerdo en la importancia de una adecuada presentación visual de las páginas de una publicación a la hora de diseñarlas. El color, las fotografías, infografías o las tipografías junto con la superficie que se dedica a una información o la posición dentro de una página son elementos no casuales en el diseño periodístico. La adecuada relación de estos elementos compondría la estructura visual externa del periódico y definiría el tipo de diseño periodístico que utiliza cada periódico en función de sus objetivos¹⁵.

¹⁴ GARCÍA YRUELA, Jesús. *Tecnología de la comunicación e información escrita*, Editorial Síntesis, Madrid 2003, p. 103.

¹⁵ MARTÍNEZ-FRESNEDA OSORIO, Humberto. "El diseño periodístico, clave en la lectura crítica de la prensa", *Comunicar*, nº 30, v. XV, 2008, pp. 179-184.

Además de atraer y retener la atención, indican Fernando Sabés y José Juan Verón¹⁶, el diseñador tiene que ser capaz de resolver ciertos problemas:

- Ordenar las secuencias comunicacionales con claridad.
- Facilitar y ordenar la lectura.
- Escalonar la complejidad de la información.
- Lograr sistemas de orientación eficaces.
- Conseguir una adecuada jerarquización de los componentes de un mensaje.
- Claridad de representación.

Para todo ello, el diseño utiliza diversos elementos. Así, dependiendo del trabajo que se realice, en este caso, una publicación escrita; un medio impreso utilizará texto, imágenes o ambas cosas, entre otros, y en cualquier caso cada uno de los elementos utilizados debe tener su función y su correcta disposición dentro del diseño.

3.1.1.1 Los textos, formas y funciones

El uso adecuado de las fuentes (tipo de letra) mejora la estética de un documento y atrae la atención sobre áreas del mensaje a transmitir. En el diseño de una publicación impresa esto es superlativo. Como indica J. García¹⁷, la personalidad de cada publicación depende en un altísimo grado del “gris tipográfico” que presentan sus páginas. De hecho,

¹⁶ SABÉS TURMO, Fernando y José Juan VERÓN LASSA. *La eficacia de lo sencillo. Introducción a la práctica del periodismo*, Comunicación Social, Sevilla, 2009, p. 119.

¹⁷ GARCÍA YRUELA, Jesús. *Tecnología de la comunicación e información escrita*, Editorial Síntesis, Madrid 2003, p. 103.

entre un 80 o 90% de la edición de una publicación está compuesto, en la mayoría de casos, por textos, de allí que la tipografía suele ser una parte muy cuidada del diseño gráfico.

a) El módulo titular

En el periodismo actual la función del título tradicional ha dado paso a una concepción más integradora. En ese sentido, los titulares se muestran más como un conjunto informativo –denominado “módulo titular”– que como elementos aislados.

Puede decirse que el titular es el elemento lingüístico más importante de la composición, ya que tiene la misión de llamar la atención e introducir al resto del contenido. Este, en definitiva, puede ser largo, corto o grande, aunque realmente no hay leyes sobre este tema, pero sí algunas recomendaciones. En ese sentido, algunos autores recomiendan las frases y las palabras cortas, que los titulares estén compuestos de mayúsculas y minúsculas y que la tipografía sea legible.

Para Jesús García, la forma del módulo titular, en general, debe de ser realizada teniendo en cuenta la función informativa del medio. Esta debería respetar los límites de las posibilidades instrumentales y del espacio de la página en el que van insertos, además de ser consecuente con sus principales deberes, que son: presentar el resumen de la información, clasificar las informaciones por su importancia, convertir al observador de un medio impreso en lector y constituirse como elementos visuales, fundamentales en sí mismos, de la página que los alberga.

Como consecuencia de la vigencia de estas cuatro funciones, el título –la parte más importante del módulo titular– debe de ser simple de forma y contenido, grande de tamaño –mayor cuerpo– en relación con el texto que le sigue, capaz de transmitir todo lo que pretende y gran núcleo de la información que encabeza. En ese sentido, existe

una prueba de la calidad de un titular: si necesita de demasiadas aclaraciones, habrá que concluir que no es un titular acertado... La consideración moderna de la tecnología del diseño periodístico de medios escritos introduce el antetítulo y el subtítulo en el ámbito del título –módulo titular– y los tres elementos forman un supraelemento completo. La razón es evidente: los tres forman parte del objetivo del titular y los tres se coordinan formalmente en esa función¹⁸.

El titular –indican Armentia y Caminos¹⁹– deberá contemplar el esqueleto básico de la noticia; es decir, la sustancia de la información presentada en un primer plano para informar y atraer al lector. Debe tener, en definitiva: concisión, precisión, veracidad y “garra” (llamar la atención). En tanto, sobre sus clases ambos autores presentan el siguiente listado:

- Titulares expresivos, que no se orientan principalmente a informar sobre algún hecho y sus circunstancias concretas, sino que tienen como misión fundamental evocar, en mayor o menor grado, un hecho que se presume es conocido por el lector. Cualquier título de la primera plana de un diario deportivo responde a este planteamiento. Ejemplo: “Catástrofe”.
- Titulares apelativos, tienen como característica fundamental el hecho de utilizar el lenguaje para llamar la atención sobre un hecho del que no se presupone que es conocido por el lector, pero del que no se informa en profundidad. Es frecuente en diarios sensacionalistas. Ejemplo: “Catástrofe en el Bernabéu”.
- Titulares informativos, son aquellos que permiten identificar una acción de forma singularizada aunque gramaticalmente no constituyan siempre expresamente oraciones de

¹⁸ GARCÍA YRUELA, Jesús. *Tecnología de la comunicación e información escrita*, Editorial Síntesis, Madrid 2003, p. 108.

¹⁹ ARMENTIA VIZUETE José María y José Ignacio CAMINOS MARCET. *Fundamentos de periodismo impreso*, Editorial Ariel, Barcelona 2003, pp. 71-78.

sujeto y predicado. Son fundamentalmente temáticos. Ejemplo: “El Barcelona vence en el Bernabéu por 4-0”.

- Titulares de actos de habla, se dividen en títulos en forma de cita textual (Ejemplo: Aznar: “No habrá ley de punto final confluyan los intereses que confluyan”), en forma de cita indirecta (Ejemplo: “Aznar insiste en que no defenderá una ley de punto final”) y mixtos de cita directa e indirecta (Ejemplo: “Aznar recalca que no habrá ley de punto final ‘confluyan los intereses que confluyan’”).

Por otro lado, el *antetítulo* es un elemento que complementa al titular que tiene como misión explicar algunos elementos importantes de la noticia. En tanto, el *subtítulo* añade las particularidades más sobresalientes de lo que después se desarrollará en la noticia. Están pensados para reavivar la atención del lector. Adicionalmente, Armentia y Caminos²⁰ incluyen dentro de los elementos que componen la titulación al *ladillo*, pequeños títulos que se colocan dentro de una columna de texto y sirven tanto para dividir una información extensa en partes más reducidas, como para atraer la atención del lector sobre algún dato nuevo que se va a desarrollar en los párrafos siguientes a su ubicación; y al *sumario*, un titular que sirve para llamar la atención sobre aspectos informativos que están contemplados dentro del cuerpo de la información, pero que no aparecen en ninguna parte del encabezamiento. El *ladillo*, por lo general, es conveniente que sea corto (dos o tres palabras) y que no repita ideas que aparecen en el módulo titular. También existe la posibilidad de emplear un *centillo*, un pequeño título que suele ir acompañado de algún elemento icónico, que sirve para situar un tema. Va por encima del titular.

²⁰ ARMENTIA VIZUETE José María y José Ignacio CAMINOS MARCET. Fundamentos de periodismo impreso, Editorial Ariel, Barcelona 2003, p. 78.

b) La entradilla

Se trata de un texto síntesis de la información relatada en toda su amplitud en el texto que le sigue. Su función básica consiste en dar toda la información de una manera sucinta, de forma que si el lector no quiere continuar leyendo, ya tenga una idea clara, aunque básica, de la información que trata.

c) La columna

La columna es una división funcional para la organización de la información con coherencia y economía de particular importancia, pues, como lo afirma Jesús García²¹, es imposible emprender acciones de eficacia periodística y de legibilidad sin la división de la página en columnas.

Los periódicos y las revistas generalmente están diseñados en columnas. En ese sentido, por ejemplo, una página de algún medio impreso puede tener siete columnas de texto. Tonarely²² asegura que las columnas se prestan para una lectura fácil, ya que le indican al lector que use la columna y los formatos de cuadrícula para saber dónde sus ojos deben seguir moviéndose. Para mantener el orden –indica– todas las columnas deben tener la misma cantidad de espacio en blanco entre ellas.

²¹ GARCÍA YRUELA, Jesús. *Tecnología de la comunicación e información escrita*, Editorial Síntesis, Madrid 2003, p. 109.

²² TONARELY, Katie. “Composición y diseño del periodismo moderno y los periódicos”. EHow en español, http://www.ehowenespanol.com/composicion-diseno-del-periodismo-moderno-periodicos-info_209746, consultado el 30 de octubre del 2014.

d) Pie de foto

Se trata de un pequeño texto que cumple la función de hacer inteligible y coherente la información de la imagen en la información escrita. Sobre este elemento, Armentia y Caminos²³ destacan: “Los pies de foto sirven para fijar el sentido informativo de una imagen. Es muy habitual que en muchos pies de foto se utilicen versiones tipográficas diferentes a las del texto”.

3.1.1.2 Las imágenes

Jesús García²⁴ indica que la imagen que puebla el universo del diseño periodístico de medios de comunicación escritos representa un mensaje de dos dimensiones –tanto si está realizada al trazo, como si lo está por medios fotográficos o electrónicos–, el cual se convierte en un elemento para el raciocinio o para la seducción del receptor. Desde un punto de vista perceptivo, toda imagen es un signo visual de la realidad que se dirige siempre a la sensibilidad del receptor, mientras que el texto, en cuanto forma del contenido, se dirige a la reflexión.

El mismo autor presenta la siguiente clasificación de las imágenes según la forma del contenido informativo que comportan:

- Imagen noticia: ella misma es la noticia y no es posible dar el contenido total sino a través de ella.

²³ ARMENTIA VIZUETE José María y José Ignacio CAMINOS MARCET. Fundamentos de periodismo impreso, Editorial Ariel, Barcelona 2003, p. 170.

²⁴ GARCÍA YRUELA, Jesús. *Tecnología de la comunicación e información escrita*, Editorial Síntesis, Madrid 2003, pp. 115-125.

- Imagen denotativa/documental: el contenido informativo es expresión demostrativa, indicativa de una realidad de repercusiones más amplias.
- Imagen simbólica: el contenido informativo concreto representa una idea abstracta.
- Imagen connotativa: expresión indicativa con visión marcadamente subjetiva.
- Imagen complemento: contenido informativo que complementa el sentido de otra expresión informativa con el mismo contenido.
- Imagen evasión/recreativa: contenido evasiva, pretendido por el emisor.
- Imagen ilustrativa-decorativa: contenido con solo función de eliminar la pesadez visual del texto.

Como imágenes se pueden tener fotografías, ilustraciones o infografías. Armentia y Caminos²⁵ afirman que las fotografías constituyen el principal elemento gráfico de un rotativo y que la tendencia de los últimos años apunta a la inclusión de menos fotografías, pero de mayor tamaño y calidad, llegando incluso a ocupar toda la superficie de una página, incluidos los márgenes (se dice entonces que está impresa “a sangre”).

Por otro lado, las ilustraciones pueden ser retratos (representación gráfica de personas), chistes gráficos, caricaturas, tiras cómicas y logotipos e íconos (cuya función es netamente señalética o corporativa). Asimismo, la infografía es una aportación informativa realizada con elementos icónicos y tipográficos, que permite o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de actualidad o algunos de sus aspectos más

²⁵ ARMENTIA VIZUETE José María y José Ignacio CAMINOS MARCET. Fundamentos de periodismo impreso, Editorial Ariel, Barcelona 2003, pp. 170-173.

significativos, y acompaña o substituye al texto informativo. Para clasificar a este último elemento, Armentia y Caminos se basan en el orden dispuesto por José Luis Valero²⁶:

- Comparativas, que tienen por objeto parangonar varios elementos o algunas de sus partes mediante recursos gráficos.
- Documentales, que buscan presentar la explicación de características, así como la ilustración y documentación de acontecimientos, acciones o cosas
- Escénicas, las comúnmente empleadas en atentados, accidentes de circulación o guerras. Recrean la escena en la que ha ocurrido algo e intentan narrar lo sucedido paso a paso.
- Ubicativas, que tienen por objeto situar en un lugar la información o enmarcarla en un espacio y tienen en los mapas y los planos sus principales protagonistas como asunto importante de la información, y a menudo como un importante complemento de una información general.

3.1.1.3 Los recursos gráficos no textuales ni icónicos

Tanto Jesús García como Armentia y Caminos afirman que en una publicación impresa existen una serie de elementos, ajenos al texto y a las imágenes, cuya función es mejorar el diseño global de la página. Estos elementos, los recursos visuales o recursos tipográficos, tienen una doble función. Por un lado, ordenan y separan las distintas informaciones, evitando que los títulos de noticias diferentes queden excesivamente juntos, y, por otro, ayudan a destacar determinados textos, gracias al recurso del recuadro y de los fondos de

²⁶ VALERO, José Luis. La infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos, Aldea Global, Barcelona, 2001. C.P. ARMENTIA y CAMINOS (2003), p. 172-173.

color. Desde luego, estos tienen también una función estética y contribuyen a crear un conjunto visual más atractivo.

Los *filetes* y *recuadros*, por ejemplo. Mientras un filete se trata de una línea vertical u horizontal que aparece en la página de un diario (para separar dos elementos), el recuadro es la unión de cuatro filetes. Se trata de una especie de marco que sirve para destacar visualmente el texto situado en su interior. Por otro lado, se puede contar con *fondos* (cualquier impresión de tono o color distinto a aquello que se imprime encima) y *tramas* (la combinación de espacios en blanco junto al color utilizando el fondo).

Destacan también los *bolos* (pequeños elementos geométricos que se ubica al principio o al final de un texto), los *capitulares* (letras de gran tamaño utilizadas al inicio de un párrafo) y, desde luego, los *blancos*, que son aquellas partes de una página que no han recibido tinta y que pueden brindar una mejor facilidad de lectura y páginas más atractivas. Al respecto de esto último, Canga²⁷ expresa que la disposición de las columnas y la distribución de los blancos sirven de efecto amortiguador, proporcionando alivio visual al lector y consiguen equilibrar los elementos gráficos y tipográficos.

3.1.1.4 La distribución y arquitectura del espacio de la página

Según Tonarely, el objetivo de cualquier periódico o revista es facilitar la lectura. En ese sentido, al tratarse de un recurso potente y sumamente efectivo, la mayoría de las publicaciones siguen un diseño modular para sus textos, gráficos e imágenes. Así lo explica:

²⁷ CANGA, J. *El diseño periodístico en la prensa diaria*, Bosch, Barcelona, 1994, p. 90.

Para mantener una página modular, los gráficos de una historia, el texto, las imágenes y los títulos, todo eso debe encajar en un cuadrado o un rectángulo imaginario. De esta manera, evitas una imagen difusa o un texto que pueda confundir al lector. Si no puedes dibujar un cuadrado o un rectángulo alrededor del texto, entonces no has logrado el diseño modular. Algunas publicaciones pueden romper con el diseño modular con fines estilísticos, pero eso debe ser la excepción²⁸.

Canga²⁹ afirma que este tipo de diseño permite jerarquizar las noticias y contribuye a la legibilidad, entendida como la mayor o menor facilidad con que el ojo individualiza y retiene el significado de las palabras y depende de diversos factores, como el dibujo de la letra, de la finura o grosor de sus astas, del cuerpo de la letra, del interlineado utilizado y de factores externos como el tipo de papel y las tintas, así como del tipo y velocidad de impresión.

Por su parte, Jesús García³⁰ identifica dos perspectivas para la formalización de las páginas en diseño periodístico: 1) Estática / no funcional, si el espacio no se altera ante la fluctuación de noticias, y los elementos formales predeterminados permanecen invariables contra todo posible cambio; y 2) Dinámica / funcional, si el espacio se altera según las necesidades informativas; es decir, cambia si es necesario para la mejor disposición y localización de titulares, textos, imágenes y blancos.

3.1.2 Sobre el rediseño periodístico

Cuando se planea rediseñar un diario se espera mantener los valores del diario, pero también incorporar nuevos. La intención de esta medida es poder mantener la atención

²⁸ TONARELY, Katie. "Composición y diseño del periodismo moderno y los periódicos". EHow en español, http://www.ehowenespanol.com/composicion-diseno-del-periodismo-moderno-periodicos-info_209746, consultado el 30 de octubre del 2014.

²⁹ CANGA, J. *El diseño periodístico en la prensa diaria*, Bosch, Barcelona, 1994, pp. 90.

³⁰ GARCÍA YRUELA, Jesús. *Tecnología de la comunicación e información escrita*, Editorial Síntesis, Madrid 2003, p. 167.

hacia el medio de los lectores de siempre y acercar a nuevos. Puede decirse que los principales objetivos del rediseño es hacer más fácil su uso y hacerlo más acorde a la época y condición social actual de la publicación.

Para Fernández³¹, los rediseños nunca funcionan si se piensan solo desde la óptica del corto plazo, del reducido y escueto horizonte que impone la última tendencia que cambiará en menos de que podamos pensar una idea que la aproveche. Un periódico es (o debería ser) un concepto, además de contenido y diseño. No es sólo el deseo de cambio en si mismo, sino dar el primer paso como marca con un peso social y un prestigio ganado que tiene tal periódico.

Durante el proceso de rediseño se debe considerar qué tipo de cambios se introducirán en la publicación, desde el tipo de papel que se empleará hasta el tipo de letra con el que se presentará la información. En esa línea, un rediseño puede ser total, parcial o moderado. Según Areso³², antes de tomar dicha decisión, los responsables deben plantearse sendas preguntas: ¿Por qué es necesario un nuevo diseño? ¿Cuáles son sus virtudes y defectos actuales? ¿Cómo estructura sus partes? ¿Para qué sirve? ¿Cuánto hay que tirar? Por ello, es indispensable conocer al público al que se dirige el medio (o al que se espera dirigir con el rediseño) y, entre otras cosas, conocer al detalle sus principales características y línea editorial.

³¹ FERNÁNDEZ CAMILA, Belén. “Ver para leer. Tendencia de diseño en periódicos visuales”, Universidad de Palermo, http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyecto graduacion/archivos/2935.pdf, consultado el 03 de noviembre del 2014.

³² ARESO, Diego. “El proceso de rediseño”, Universidad Carlos III, <http://issuu.com/diegoareso/docs/uc3mredisenos>, consultado el 05 de noviembre del 2014.

Mario García plantea algunos principios importantes a tener en cuenta a la hora de proyectar el rediseño de una publicación periódica. Entiende, por ejemplo, que el color es uno de los elementos en los que la prensa escrita ha tomado ideas de los diarios online. Además, asegura que la tendencia actual en los diarios es reducir su tamaño, respondiendo a una demanda de los propios lectores, que tienen entre sus principales criterios a la hora de elegir un diario u otro la comodidad, la facilidad de lectura y la velocidad con que pueden leerse las informaciones. Asimismo, indica que debe llevarse a cabo una renovación de los contenidos que descarte las secciones obsoletas e incluya otras nuevas en función del interés de los lectores y apuesta por el uso de lo que denomina al “minimalismo gráfico”:

Hoy en día el rediseño de los periódicos se inclina menos por elementos de diseño recargados. El minimalismo en el estilo gráfico, la buena organización del contenido, una apropiada paleta de colores, la filosofía del periódico y, una sólida y funcional tipografía, son las guías básicas de cómo los rediseños están llevándose a cabo. El diseño del periódico está menos congestionado, existen más espacios en blanco, menos fotos pero más grandes y una simple, casi esquelética imagen que debería hacer más accesibles a los periódicos³³.

Es importante considerar, además, que un proceso de rediseño puede traer consigo cambios en la naturaleza misma del medio y de la forma en que sus periodistas trabajan. En su libro *100 años de periodismo en el Perú*, María Mendoza da cuenta de ello al explicar, en particular, los cambios ocurridos durante los procesos de rediseño del diario peruano *El Comercio*:

Estos procesos fueron más que simples modificaciones cosméticas; implicaron cambios en la dinámica de la producción de las noticias o rutinas laborales, así como en

³³ GARCÍA, Mario R. “El rediseño del periódico: nueva vitalidad y aproximación”, Revista Chasqui, Número 80, diciembre, 2002, pp. 36-39.

la reorganización de las plantillas de colaboradores, bajo esquemas de reingeniería que casi siempre concluyeron en renunciaciones, ceses o despidos del personal... No es casual que muchos de estos procesos coincidieran con la aparición de nuevos periódicos. Aunque no podemos generalizar, la información obtenida indica que los rediseños se efectuaron no solo para mejorar la calidad de los productos, sino para mantener, mejorar o elevar el volumen de la circulación frente a nuevas ofertas editoriales³⁴.

3.2 Funciones del editor

Si hay alguien que conoce la línea editorial de un medio impreso, es decir, el conjunto de principios y valores por los que se rige la actividad periodística de un medio de comunicación, ese es su editor. Si bien esta especie de “ideología” es marcada por la empresa editora, es el editor quien se encarga de asegurar que el contenido de la publicación que dirige esté a tono con la línea editorial de la institución para la cual trabaja. Según Ferré³⁵, el *editor* es el director literario, técnico o académico de una publicación periódica o el jefe de cada sección de un diario, emisora de radio o redacción de informativos de una televisora. Normalmente, en el ámbito anglosajón –aclara Ferré– “se considera al editor la persona que decide finalmente los contenidos, recomienda colaboradores y asume la responsabilidad del producto global”.

De la descripción anterior se desprenden, en una primera revisión, tres funciones del editor. En primer lugar, su rol como “seleccionador” de la información a publicar; en segundo, como responsable de definir qué miembro de su equipo o personal externo se

³⁴ MENDOZA MICHILLOT, María. *100 años de periodismo en el Perú 1949-2000. Historia de los medios de comunicación en el Perú: Siglo XX*, Fondo Editorial de la Universidad de Lima, volumen 2, Lima, 2013, p.360.

³⁵ FERRÉ PAVIA, Carme. *Con faltas y a lo loco. ¿Qué es la edición periodística?*, Editorial UOC, Cataluña, p. 3-4.

encargará de los temas sobre los cuales girará la publicación; y, en tercero, como responsable de la publicación, en general.

3.2.1 Selección de la información

Tal como lo mencioné en el capítulo I de este Informe Profesional, puede señalarse que el editor realiza una función de *gatekeeper* de la información. Este término, establecido por Kurt Lewin en 1974, fue aplicado por David Manning White³⁶ en 1950, quien partió de dos premisas para explicarlo: 1) la difusión de las noticias se hace a través de canales o cadenas y 2) en estas cadenas hay algunos puntos, puertas o esclusas por la que las noticias pueden pasar o ser retenidas. Para efectos del presente trabajo, y de acuerdo a la bibliografía revisada, puede afirmarse que una de estas puertas o esclusas es el editor, quien, como *gatekeeper*, hace un balance de la importancia de los acontecimientos noticiables a partir de sus propias experiencias, actitudes y expectativas, es decir, basándose en su subjetividad.

José Carlos Lozano³⁷, en su libro *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, señala que los estudios sobre *guardabarreras*, *porteros* o *gatekeepers*, justamente reflejaron una preocupación por analizar la manera en que los editores de las diferentes secciones de un periódico seleccionaban ciertas noticias y rechazaban otras. Sobre este modelo en particular, Alsina³⁸ indica que son muchas las críticas puestas sobre él, pero la principal que se le podría hacer es que el procedimiento de selección y la elaboración de

³⁶ WHITE, D.M. "The 'Gate-Keeper' le sélectionneur: étude sur la selection des nouvelles". En *Sociologie de l'information*, F. Valle y J.G. Pardiou, Larousse, París, 1973. C.P. ALSINA; Miguel Rodrigo (1989) p. 151

³⁷ LOZANO, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Pearson, segunda edición, México, 2007, pp. 34-38.

³⁸ ALSINA, Miquel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Paidós Comunicación. Barcelona, España, 1989, p. 152-151.

noticias no deben ser considerados como fases aisladas, sino como el resultado de la interacción de varios actores: las fuentes informativas, el público y el periodista como miembro de una organización que impone una modalidad de producción.

A su vez, Alsina señala la existencia de otro modelo, el del *advocate*, nacido en los años 60 y enmarcado en el cuestionamiento sobre el “mito” de la objetividad periodística. De esta forma, el comunicador deja de ser un individuo aséptico y se empieza a destacar la intencionalidad de su actividad comunicativa. El periodista *advocate* –afirma Alsina– considera que su rol de periodista va unido a su rol de ciudadano, “es el periodista comprometido”. Sin embargo, como lo explica Gomis, el periodista que busca asumir el rol de “abogado”, vuelve, en algún momento, irremediabilmente al “viejo ideal” de *gatekeeper*. Sobre ello, afirma:

El *gatekeeper* se ha convertido en modelo de profesionalismo periodístico. Ser capaz de adoptar tantas decisiones en tan poco tiempo con un número de errores relativamente pequeño y de rectificarlos enseguida requiere, en efecto, un grado profesional elevado... La labor central del periodista –a causa de la ambigüedad del modelo del “abogado” y del papel central de la información en una sociedad democrática– continúa residiendo en la función del *gatekeeper*. La función del “abogado” es diferente y secundaria, y, si tiene que persistir con eficacia y responsabilidad, requerirá un elemento de profesionalización que asegure su independencia y defina su potencialidad y sus límites³⁹.

Por otro lado, para mediados de la década de 1970, el estudio de los procesos de elaboración y selección de noticias evolucionó hacia un enfoque mucho más completo y amplio, el cual Lozano denomina sociología de la producción de mensajes y que busca responder a la pregunta: ¿qué factores, desde adentro y desde afuera de las organizaciones

³⁹ GOMIS, Lorenzo. *Teoría de los géneros periodísticos*, OUCpress, Barcelona, 2008, pp. 51-52.

de medios, afectan el contenido de los mensajes? A este enfoque Wolf⁴⁰ le llama *newsmaking* o construcción de las noticias, articulándolo principalmente entre dos polos: la cultura profesional de los periodistas y la organización del trabajo y de los procesos productivos.

Para muestra de esto último, se puede citar el modelo que proponen Shoemaker y Reese⁴¹ para estudiar los condicionantes que inciden en la producción de los mensajes:

- Individuales (sexo, edad, clase social, educación, valores personales y creencias, actitud política personal, orientación religiosa y valores profesionales)
- Rutinas de trabajo (horarios de trabajo, cargas laborales, transporte de los reporteros, canales oficiales rutinarios y roles profesionales y ética profesional)
- De la organización misma (política interna, recursos asignados, servicios informativos, infraestructura, tiempo o espacio asignados y condicionantes individuales de los dueños o directores)
- Externos (políticos, económicos, competencia de otros medios)
- Ideológicos (Neoliberalismo = TLC, modernización vs. cultura popular, moralidad vigente, malinchismo, democracia, pluralismo)

El proceso de selección de las noticias puede ser comparado a un embudo, en el que son introducidos muchos datos y solo una cantidad limitada pasará el filtro; también

⁴⁰ WOLF, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Editorial Paidós, tercera reimpresión, Barcelona, 1996, p. 214.

⁴¹ SHOEMAKER, Pamela, *Communication concepts 3: gatekeeping*, Sage, Newbury Park, California, 1991; y Stephen D. REESE, *Mediating the message*, Longman, Nueva York, 1994. C.P. LOZANO, José Carlos (2007), pp. 37-38.

podría compararse a un acordeón, ya que algunas noticias son añadidas, cambiadas de sitio, incorporadas en el último momento⁴².

3.2.2 Asignar labores

Uno de los primeros pasos en la elaboración de un artículo noticioso es la asignación periodística. A través de esta, un editor le solicita al reportero escribir una nota, un artículo o una crónica sobre un evento determinado y que sea o pueda llegar a ser de interés a los lectores. En algunos casos, el tema a tratar se origina en el editor, otras en el reportero y siempre está determinada por los valores noticiosos del acontecimiento y su relación con la naturaleza del medio. Este proceso comprende la información básica sobre el evento en cuestión, como la fecha, el lugar en donde se llevará a cabo o los protagonistas implicados en la noticia. El editor también transmitirá el nivel de importancia de la cobertura del hecho y los parámetros generales del artículo a través del cual se le difundirá en el medio de comunicación, como su tamaño y fecha de entrega.

Por lo general, la asignación periodística se realiza en reuniones en las que, dependiendo del medio de comunicación y la periodicidad de la publicación, participa el editor y las personas que tiene a su cargo. Como señala Steve Buttry⁴³, “las reuniones diarias de los medios constituyen un lugar importante para que los editores establezcan las prioridades informativas”.

⁴² WOLF, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Editorial Paidós, tercera reimpresión, Barcelona, 1996, p. 277.

⁴³ Buttry, Steve. “Cómo dirigir una reunión editorial que priorice los contenidos digitales de un medio”, <http://ijnet.org/es/blog/como-dirigir-una-reunion-editorial-que-priorice-los-contenidos-digitales-de-un-medio>, consultado el 09 de noviembre del 2014.

Esta labor de “asignación periodística”, en el día a día de un diario, puede ser llevada, según el grado de jerarquía, por los jefes de sección o, en algunos casos, por el redactor-jefe, dispensando al editor de tal función. Según Manuel López⁴⁴, el jefe de sección es la persona que trata directamente la información con el periodista. Le señala diariamente la tarea a realizar y discute con él el enfoque que debería darle a sus relatos periodísticos. Además, tiene a su cargo un ámbito temático o geográfico y su responsabilidad es dirigir hacia los escenarios noticiables a sus periodistas en el momento oportuno, para lo cual debe tener bien claro el territorio en el que actúa y delimitar las fronteras del ámbito con los otros jefes de sección. El jefe de sección, a su vez, es responsable de mantener viva la agenda temática de su ámbito, enriquecerla y relacionarla con las agendas personales de su plantilla.

Finalmente, durante el proceso de asignación periodística, se espera que el editor –o subdirector de edición, jefe de sección, o redactor-jefe– pueda emitir mensajes claros, consistentes y coherentes. Es recomendable que establezca, junto con el reportero, un esquema de trabajo donde se señalen los aspectos que deberán ser incluidos en el texto, tales como: la idea principal, las ideas secundarias y la contextualización; siempre con la capacidad de detallar cada uno de los puntos a tratar, sin dejar de mencionar las condiciones y observaciones específicas que puedan surgir durante el desarrollo del tema.

3.2.3 Responsable del producto

Repasemos nuevamente el siguiente texto de Ferré: “Normalmente, en el ámbito anglosajón, se considera al editor la persona que decide finalmente los contenidos,

⁴⁴ LÓPEZ, Manuel. *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*, Paidós, primera edición, Barcelona, 1995, pp. 60-63.

recomienda colaboradores y asume la responsabilidad del producto global”. Ahora, crucémoslo con el siguiente texto proporcionado por Manuel López:

El subdirector de edición (editor) es el responsable último del producto. En sus manos está la tarea nada fácil de definir el resultado final y responsabilizarse de su calidad... Por lo general podremos comprobar que el subdirector de edición es el que ultima la portada de un periódico, previa discusión en el seno del cuadro directivo.... También es quien cuida de los cambios finales (para lo que cuenta con un redactor-jefe de cierre)... El subdirector de edición, por último, será la persona que certifique página por página la calidad periodística del bloque de noticias y opiniones antes de que lleguen al público⁴⁵.

De ambos textos se desprenden dos palabras clave: por un lado “producto” y, por otro, “calidad”. El editor, como indica Ferré es el responsable de la calidad que tendrá el producto periodístico. Es quien revisa cada detalle de la publicación, tanto en sus formas como en su contenido y toma decisiones para certificar un resultado final con la menor cantidad de errores posibles. En ese sentido, Ferré detalla algunos de los cuidados que debe tener un editor al momento de realizar esta labor. Por ello, indica, entre otros, que debe poner especial cuidado con el lenguaje en el que se encuentran redactados los textos a publicar, las concordancias, las formas verbales, las preposiciones y pronombres, las citas, el estilo, la gramática, la puntuación, y las fuentes; puntos que, entre otros, seguramente son detallados con precisión en los libros de estilo de cada medio.

A esta dirección y posterior revisión de la publicación, se le suman todos los aspectos editoriales del medio, como son: el titular, las fotografías y demás elementos gráficos. La idea es, en definitiva, que una vez impresa, la publicación vea la luz con el mínimo número de errores

⁴⁵ LÓPEZ, Manuel. *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*, Paidós, primera edición, Barcelona, 1995, pp. 65-66.

gramaticales, informativos, lingüísticos, estilísticos, estéticos, y éticos. Para ello, Ferré⁴⁶ considera que un editor periodístico debe contar con las siguientes cualidades:

a) Conocimiento y experiencia

Buena información

Conocimientos legales y éticos

Estándar de calidad informativa y formal

Versatilidad

b) Habilidades

Habilidad visual

Rapidez

Creatividad

Sentido del humor

c) Responsabilidad laboral

Debe de tener responsabilidad en los estándares de calidad

Deber ser perfeccionista

Tener capacidad de análisis

⁴⁶ FERRÉ PAVIA, Carme. *Con faltas y a lo loco. ¿Qué es la edición periodística?*, Editorial UOC, Cataluña, pp. 65-70.

Justificación de la decisión

3.2.4 Un breve repaso

Después de todo lo expuesto, se puede señalar que las funciones de un editor periodístico, *grosso modo*, son las siguientes:

- Definir los temas sobre los que se basarán los artículos.
- Distribuir los temas a tratarse en la publicación entre el personal de la redacción.
- Asegurar la calidad de un texto a publicar.
- Asegurar la calidad de las fotografías y el diseño.
- Asegurar que la publicación se cierre en el tiempo previsto con la menor cantidad de errores posibles.

3.3 Rutinas de trabajo

Tal como lo señalan Armentia y Caminos⁴⁷, “el proceso de elección y de elaboración de noticias, que va desde que sucede un hecho hasta que se pone en conocimiento del público, es largo y laborioso y depende de cada medio de comunicación. En todas y en cada una de estas fases que componen el proceso informativo intervienen de una u otra forma, con mayor o menor intensidad, las rutinas productivas”.

⁴⁷ ARMENTIA VIZUETE José María y José Ignacio CAMINOS MARCET. Fundamentos de periodismo impreso, Editorial Ariel, Barcelona 2003, p. 127.

En su ensayo *Producción y circulación de la noticia: el newsmaking*, Acosta⁴⁸ explica que los estudios de *newsmaking* se ocupan de la manera en la que se desarrolla la actividad periodística, es decir, se encargan de la observación de los procesos rutinarios de producción de la noticia, lo que ofrece una herramienta objetiva para analizar el papel de los emisores y de las fuentes de información durante la construcción de sentidos en el texto periodístico. Dejando el análisis de contenido al margen, en particular, este tipo de enfoque se presenta como el más adecuado para explicar los procesos que se llevan a cabo en el seno de una organización periodística relacionados a la elaboración de una publicación.

Golding y Elliot⁴⁹ describen la producción de la noticia a partir de cuatro momentos clave:

1) Planificación

Se fijan a largo plazo los acontecimientos previsibles para prever los recursos y asignarlos. A corto plazo se fija la cobertura de las noticias del día.

2) Recopilación

Los reporteros y corresponsales recogen material para noticias y los llevan a la redacción.

3) Selección

Se recoge el material de los reporteros, corresponsales, el difundido por las agencias y se criba hasta un número limitado de ítems para la transmisión final.

⁴⁸ ACOSTA PEÑA, Raúl Alberto. "Producción y circulación de la noticia: el newsmaking", Chasqui, número 123, septiembre del 2013, pp. 64-75.

⁴⁹ GOLDING, P. y P. ELLIOT. *Making the news*, Longman, Londres, 1979. C.P. ALSINA (1989), p. 129 .

4) Producción

Los ítems seleccionados se ordenan y se tratan para una presentación adecuada y se preparan para salir en el programa.

Sobre esto hay que considerar que la producción de la noticia no actúa únicamente por condicionamientos internos, si no que se da por una interrelación entre las fuentes, los periodistas y el público, condicionantes que pueden variar, a su vez, por la naturaleza del medio. Pese a ello, salvo casos específicos, estas rutinas suelen ser las mismas (pese a que la literatura suele centrarse en publicaciones de periodicidad diaria). Lavine y Wackman⁵⁰ indican, por ejemplo: “Cada etapa del proceso (de elaboración de los mensajes) abarca distintas actividades. A pesar que sus facetas específicas difieren según el medio de comunicación de que se trate, en general los diversos tipos de empresas informativas presentan semejanzas entre sí”.

Tomando lo detallado por Golding y Elliot, el trabajo del editor durante el proceso de producción de la noticia es particularmente visible en la primera etapa, la planificación, y en las dos últimas, la selección y producción. Por su parte, Clauso⁵¹ plantea un orden más práctico que teórico, en referencia a la labor en prensa, colocando como primer paso la preparación, seguido de la reunión de blanco, la asignación de páginas, la adjudicación de temas, y la obtención de la información. Finalmente, siguen los ajustes del editor en paralelo con el proceso de diagramación y la reunión de tapa. No considera las etapas de

⁵⁰ LAVINE, John M. y Daniel B. WACKMAN. *Gestión de empresas informativas*. Ediciones Rialp, Madrid, 1992, p. 27.

⁵¹ CLAUSO, Raúl. *Cómo se construyen las noticias. Los secretos de las técnicas periodísticas*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2007, pp. 225-239.

impresión y distribución, ajenas a la labor de los actores periodísticos. Sin embargo, todos estos pasos pueden ser incluidos, de alguna manera, en el modelo de Golding y Elliot.

Como indica Guillamet, puede decirse que el trabajo en el seno de un medio de comunicación es una dialéctica continuada entre la pasión individual de la información y la tensión colectiva de la producción. Señala:

Lo que es válido para un diario lo es también, a otra escala, para periódicos semanales y para revistas de distinta periodicidad. El modelo y el objetivo son siempre los mismos, y el reto de cada publicación reside en hallar su propio nivel de adaptación, en dar la respuesta organizativa adecuada a sus necesidades de redacción y de producción. Según los contenidos y la periodicidad, hay que ver cuál es el volumen y el sistema de redacción que cada cual precisa y, cómo hay que disponer su trabajo para que sea efectivo con los ritmos de imprenta y distribución. El horario de un día se aplica a una semana, a una quincena o a un mes, según se trate. Hay que resolver siempre la misma ecuación: elaboración de los contenidos-producción y distribución de los ejemplares. El ámbito de la difusión que se pretende es un regulador tan decisivo como el volumen de información que se ofrece⁵².

3.3.1 El primer paso es planificar

Según Clauso, el trabajo de “fabricar” un periódico comienza en los editores:

Los responsables de cada sección (Política, Economía, Internacional, Deportes, Policiales, etc.) poco después del mediodía definen los temas posibles de sus respectivas áreas para incorporar a la edición del día. Es una nómina provisoria que incluye, por ejemplo, los temas que ya fueron publicados, pero que exigen una continuidad informativa, una actualización con nuevos datos; los anuncios conocidos o que se esperan para el curso del día (por ejemplo, estadísticas, declaraciones formuladas a otros medios, anuncios oficiales o empresarios, etc.); los temas que están en preparación por los periodistas y en conocimiento del editor; y los materiales con alguna atemporalidad, que quedaron disponibles o destinados al día (comúnmente denominados ‘parrilla’)⁵³.

⁵² GUILLAMET, Jaume. *Conocer la prensa. Introducción a su uso en la escuela*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1988, pp. 41-45.

⁵³ CLAUSO, Raúl. *Cómo se construyen las noticias. Los secretos de las técnicas periodísticas*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2007, pp. 225-228.

Sobre esto último –explica Clauso– cada editor definirá un cierto orden de valoración de la información. Superada esta etapa, se realiza la denominada “reunión de blanco” (que remite al hecho que el periódico está aún “sin llenar” o sin información) en la que participan los editores del día y el jefe de redacción. Aquí cada uno informa sobre los temas a tratar y se discute, incluso, que enfoque deberían tener las notas. En ese momento, o después, se asignan las páginas para cada sección, que dependerá del volumen de información disponible en perspectiva. Este tipo de reunión supone un cierto comportamiento democrático en la definición de los contenidos, ya que por lo general los editores intervienen opinando sobre otras secciones, o pidiendo explicaciones para entender un tema cualquiera. Pero también permite que, eventualmente, se descubran temas que requieren ser tratados con el aporte de otra sección.

Tras estas reuniones, un tercer filtro por el que pasan las noticias es la asignación de páginas, pues dado a que las secciones siempre mantienen un orden regular en los periódicos, el editor debe decidir en qué lugar colocará tal o cual información, dejando al margen aquellas que, por espacio e importancia, no puedan entrar en el cuadro de comisiones. Sobre estos filtros, Clauso⁵⁴ afirma: “Por supuesto que detrás de cada decisión adoptada hasta ese momento por el editor, hay un cúmulo de conocimiento objetivo que guía las decisiones. Pero sobre lo que hay que detenerse es que en la práctica se actúa de manera automática, debiendo conjugarse las evaluaciones temáticas con las restricciones operativas”.

⁵⁴ CLAUSO, Raúl. *Cómo se construyen las noticias. Los secretos de las técnicas periodísticas*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2007, p. 227.

Lozano advierte que estas “restricciones operativas” dependen, definitivamente, del medio y sus diferentes capacidades:

La disponibilidad de recursos económicos, humanos y de infraestructura condicionan en cada organización de medios las rutinas de trabajo y los procesos de producción de los mensajes. En el caso de los medios informativos, por ejemplo la diversidad de fuentes y temas dependerá del número de reporteros con que se cuente, el número de horas que estos dediquen efectivamente a la recopilación de noticias, el medio de transporte que utilicen... la infraestructura técnica que les agilice (o entorpezca) la elaboración final de sus mensajes, la disponibilidad de archivos hemerográficos y bibliográficos en su medio, y de los demás procesos rutinarios de trabajo⁵⁵.

Superados los tres filtros indicados por Clauso, lo siguiente que se produce es la asignación periodística. De esta rueda de consultas y adjudicaciones que realiza (en las que intervienen los redactores), el editor puede recibir nueva información que, por su importancia, y teniendo en cuenta las limitaciones del espacio, relegue otras ya existentes y que fueron admitidas en la reunión en blanco.

Esta situación suele repetirse varias veces a lo largo del día y obliga a revisiones permanentes, que el editor consulta (o puede hacerlo) con el jefe de redacción. De manera que acabamos de introducir otra (u otras) atapa de selección en el proceso de producción. Unas noticias son reemplazadas por otras, o deben repartirse el espacio⁵⁶.

3.3.2 Las fuentes lo facilitan todo

En su ensayo *¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística?*, Cervantes asegura que el periodista, en general, sustenta el desarrollo de su sistema rutinario de

⁵⁵ LOZANO, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Pearson, segunda edición, México, 2007, p. 49.

⁵⁶ CLAUSO, Raúl. *Cómo se construyen las noticias. Los secretos de las técnicas periodísticas*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2007, p. 228.

trabajo en la recolección de información que pueda llevar a cabo gracias a un grupo, rutinario también, de fuentes, premisa que es vital en el enfoque del *newsmaking*.

Los periodistas realizan sus actividades de acuerdo con un método común, con una práctica que se sustenta en la rutinización de la cobertura. De esta manera, se “planea” lo inesperado y se reduce el nivel de incertidumbre en la organización, al tiempo que se cubren los requerimientos para que se emitan las noticias en los horarios previstos. La planeación de los periodistas es posible porque se basa en la cobertura de fuentes⁵⁷.

Puede afirmarse que esta práctica atañe tanto al periodista de campo, durante su labor de cobertura, como al editor, durante la elaboración del temario con el que se desarrollará la publicación que tiene a su cargo.

Sobre esto último Armentia y Caminos indican que, si bien hubo una época en que eran los periodistas los que iban en busca de las noticias, en el periodismo actual son las noticias y las fuentes de información las que buscan a los periodistas, situación que ha roto, en definitiva, la imagen del periodista que va a la caza de las noticias y que representa el papel de un activo recogedor de informaciones independiente de las fuentes. Asimismo, señalan que, pese a que la recogida de informaciones está estrechamente relacionada con los recursos del medio, hasta en los medios de comunicación dotados de mayores posibilidades hay una destacadísima utilización de las informaciones que provienen de fuentes estables, sobre todo agencias de información y fuentes institucionales.

La fase de recogida de material está influenciada por la necesidad de disponer de una afluencia constante y segura de material informativo. Evidentemente, esto hace que

⁵⁷ CERVANTES BARBA, Cecilia. “¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística?”, *Comunicación y sociedad*, México, 1994, p. 111.

salgan beneficiadas las fuentes de información que garantizan ese fluir constante de noticias. Es decir, las fuentes institucionales y las agencias de información⁵⁸.

Siguiendo a Fishman⁵⁹, Acosta afirma que si los periodistas no emplearan las mismas rutinas, cotidianamente, durante su faena de obtener la información y, luego, convertirla en noticia, los consumidores de noticias conocerían un mundo desigual. La razón es que los reporteros presentan eventos, ajenos a la experiencia directa del público, y el público sabe de ellos a través de las noticias, haciéndose una idea del mundo, la cual cambiaría si no se siguieran cotidianamente las mismas rutinas de producción. Fishman –escribe Acosta– se cuestionó sobre cómo un reportero puede cubrir un extenso territorio de información, teniendo en cuenta horarios habituales y fijos para entregar la noticia y resolvió que esto es posible si solo cubre algunas fuentes. También, afirmó que hay otros aspectos inherentes al quehacer del reportero, por ejemplo, la rutina laboral, a la que denominó “ronda”.

Los fines reglados por la empresa periodística, de esta manera, se consiguen en la medida en la que se cuente con fuentes burocratizadas que suministren suficiente información. Hay que tener presente otro aspecto relevante durante la producción de la noticia, y es que los periodistas suelen ser afectados por la recarga de trabajo. Para enfrentar dicho fenómeno, justamente, se hizo necesaria la rutinización del trabajo periodístico.

Para Fishman, el periodismo de rutina transmite una concepción ideológica del mundo, pues lo informado por los hombres de prensa no es lo que realmente acontece ni lo que realmente experimentan los participantes en los sucesos noticiables o sus

⁵⁸ ARMENTIA VIZUETE José María y José Ignacio CAMINOS MARCET. Fundamentos de periodismo impreso, Editorial Ariel, Barcelona 2003, p. 128.

⁵⁹ FISHMAN, Mark. *La fabricación de la noticia*. Ediciones Tres Tiempos. Buenos Aires, 1983. C.P. ACOSTA PEÑA, Raúl Alberto (2013), p. 67.

observaciones; en lugar de ello, el periodista termina por urdir una historia en torno a los “datos rigurosos”, definición que remite a las categorías burocráticas y a los sucesos burocráticamente definidos que los funcionarios oficiales quieren y necesitan que acontezcan⁶⁰.

Esta última apreciación cobra especial importancia en el contexto del periodismo institucional en el cual la fuente a la cual acude el periodista suele ser la “oficial” y los acontecimientos noticiosos giran en torno a un contexto determinado por los alcances de la institución que se aborda.

3.3.3 Los ajustes del editor

Cuando la nota es finalizada por el redactor y esta llega al editor, será el momento en que este le dará su forma final, introduciendo, además de correcciones de estilo, correcciones conceptuales y ajustes acordes a las características del medio. Asimismo, titulará el artículo y definirá los elementos editoriales complementarios.

Clauso⁶¹ explica que, durante esta etapa, a medida que se van definiendo los temas los editores definen como presentarlos en las páginas del periódico, para lo cual trabajan en conjunto con la sección que por lo regular se denomina “Arte y Diagramación”. Es en este momento en el que se le da el aspecto visual a las páginas de acuerdo a las indicaciones que transmiten los editores. De esta forma, los editores aseguran que se respete el estilo visual del diario y determinan la posición y la extensión de sus elementos, como es el caso de las fotografías, ilustraciones o, de haberse dispuesto, las infografías.

⁶⁰ FISHMAN, Mark. *La fabricación de la noticia*. Ediciones Tres Tiempos. Buenos Aires, 1983. C.P. ACOSTA PEÑA, Raúl Alberto (2013), p. 67.

⁶¹ CLAUSO, Raúl. *Cómo se construyen las noticias. Los secretos de las técnicas periodísticas*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2007, pp. 232-233.

En el desarrollo de todo este proceso, los textos elaborados por los redactores pueden ser revisados por el o los correctores de estilo del periódico, los cuales tienen la función de detectar errores de tipeo u ortográficos. Además, estos reparan en construcciones defectuosas de los textos o poco comprensibles, función que, en una primera revisión, según sea el caso, corre en cuenta también por los editores. Como apunta Ferré, estos personajes suelen ser parte del área denominada “Control de calidad”. Comenta: “Se trata de los integrantes del ‘cierre’ quienes revisan los textos e imágenes de sus compañeros para evitar gazapos, corregir faltas, errores de información, de coherencia, o evitar repeticiones de las mismas noticias en diferentes páginas o secciones”⁶².

Sobre el final de la jornada periodística, o “cierre”, según Guillamet, se producirá una última reunión para definir las informaciones que aparecerán en la portada del periódico. “Esta –comenta el autor de *Conocer la prensa*– definirá la definitiva fisonomía del diario de mañana; en ella se moldea y se da color a su rostro, a la primera, y se intenta dar respuesta a la vieja pregunta de los gerentes: ¿con qué vendemos mañana?”⁶³. En esta última reunión vuelven a concurrir los editores junto al jefe de redacción. El titular, en la mayoría de casos, queda en manos del máximo responsable de la redacción. Por su parte, la tapa, como es costumbre, deberá construirse con el fin de dejarla atractiva, en términos visuales, e impactante, por la fuerza informativa y expresiva de su título.

⁶² FERRÉ PAVIA, Carme. *Con faltas y a lo loco. ¿Qué es la edición periodística?*, Editorial UOC, Cataluña, p. 26.

⁶³ GUILLAMET, Jaume. *Conocer la prensa. Introducción a su uso en la escuela*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1988, pp. 44-45.

Es importante agregar que, como aclara Clauso⁶⁴, hay que considerar que todo este recorrido, en la mayoría de los casos significa que las páginas deben ser diagramadas antes de que el periodista escriba. De esta manera, el texto puede “pegarse” directamente en el diagrama de la página y dársele unos últimos retoques en la sección de “Arte y Diagramación”, aunque esto último depende del tipo de trabajo desarrollado y de la rutina propia del medio.

De forma más o menos estructurada todas las publicaciones tratan de coordinarse para sacar su trabajo adelante. Expresiones como “te dejo este archivo de *Word* o esta imagen en el servidor”, “me descargo esta maqueta para editar mi artículo”, “no te olvides de sustituirla en el servidor” o “¿con cuánto espacio cuento para mi artículo con el nuevo anuncio que hemos contratado?”, son expresiones típicas que ponen de manifiesto los trabajos manuales que en muchas ocasiones se continúa observando en la producción del día a día de una publicación impresa⁶⁵.

3.4 Interrogantes centrales y específicas

A partir del eje relacionado a “diseño de medios impresos” se desprende la pregunta central: ¿Qué criterios se tomaron en cuenta durante los procesos de rediseño del suplemento *NEO*?, así como las siguientes preguntas específicas: ¿Qué cambios se introdujeron respecto a las anteriores versiones de la publicación? ¿Con qué objeto se realizaron estos? ¿Quiénes participaron en los rediseños?

Por otro lado, al considerar el eje “funciones del editor”, se desprende la pregunta central: ¿Qué funciones cumplió el editor de *NEO*?, lo que deja las siguientes preguntas específicas: ¿Qué tipo de labor desempeña el editor? ¿Qué criterio utilizó para definir los

⁶⁴ CLAUSO, Raúl. *Cómo se construyen las noticias. Los secretos de las técnicas periodísticas*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2007, p. 233.

⁶⁵ MORENO, Plácido. *Reinventando el periódico: una estrategia para la supervivencia de la prensa diaria*, EuroEditions, 2009, p. 117.

temas a ser publicados? ¿Cuál es el proceso de edición del suplemento *NEO*? ¿Qué criterio usó para la edición de los textos presentados por los redactores, así como para la elección de las fotografías? ¿Qué otro tipo de labores desempeñó dentro de la Dirección de Comunicación Institucional?

Finalmente, considerando el eje “rutinas de trabajo”, se tiene la siguiente pregunta central: ¿Cuál es el proceso que se sigue para la edición del suplemento *NEO*?, de la cual se obtienen las preguntas específicas mencionadas a continuación: “¿Cómo se definen los temas para la publicación? ¿Quiénes intervienen en la publicación de *NEO*? ¿Cuál es su proceso de trabajo? ¿Cómo se coordina el trabajo a realizarse?

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA SISTEMATIZACIÓN

Comprender el quehacer profesional y reflexionar sobre sus procesos y alcances es uno de los pilares sobre los cuales se apoya la sistematización. A partir de este proceso, en este caso, un comunicador social puede racionalizar las acciones que lleva a cabo día a día, durante su labor, para entender a cabalidad la importancia de lo que hace y sabe. Se trata de “un esfuerzo analítico que identifica la lógica de la experiencia profesional desde una interpretación crítica, relacionando práctica y teoría que produzca conocimientos sobre el quehacer profesional”⁶⁶. Con esa intención, a continuación presento los procedimientos que seguí para llevar a cabo la sistematización de mi experiencia profesional y las etapas del proceso cumplido, los instrumentos y técnicas utilizadas, así como las fuentes de información más importantes que revisé.

5.1 Del quehacer profesional, el objeto de estudio y los objetivos

Tal como lo indiqué en el segundo capítulo del presente informe, la experiencia que elegí como objeto de sistematización se apoya en mi labor como editor del suplemento *NEO* de *PuntoEdu*, a partir de la cual detallé el quehacer profesional de un editor periodístico en contraste con una aproximación teórica.

Una vez definido el objeto de estudio, los objetivos se determinaron a partir de dos momentos clave en la vida del suplemento: los dos rediseños por los que pasó. En ese sentido, uno de los

⁶⁶ Según explicó la profesora Leticia Cáceres en el curso sobre sistematización que precedió la elaboración del presente informe profesional.

objetivos fue tratar de explicar las razones que pueden ocasionar que un medio de comunicación tome la decisión de rediseñar alguno de sus productos, para así presentar el caso de *NEO*. Asimismo, en base a estos dos momentos en la vida del suplemento, me enfoqué en describir las funciones editoriales que desempeñé en cada uno de ellos así como las rutinas informativas seguidas en ambas coyunturas.

5.2 De los ejes conceptuales

Para la elaboración del marco conceptual fue necesario repasar bibliografía relacionada al diseño de medios impresos y al rediseño de los mismos. Para ello, en general, tomé como base los lineamientos y recomendaciones de Jesús García y de Armentia y Caminos. Sobre las funciones que desempeña un editor, me enfoqué en la sociología de la producción de mensajes, particularmente en la teoría del *gatekeeper* de la información que inició Kurt Lewin, repasada –y potenciada– por autores como David Manning White, José Carlos Lozano y Mauro Wolf. Asimismo, fue fundamental definir y explicar en qué consiste el proceso de asignación periodística (o la asignación de labores). En el caso del eje “rutinas de trabajo”, fue importante cubrir la producción de la noticia a través del enfoque del *newsmaking*. En ese sentido, repasar textos de Miguel Rodrigo Alsina y Raúl Clauso fue de gran ayuda.

5.3 De los contextos y el análisis de la experiencia

Para la determinación de los contextos revisé, principalmente, el estado en el que se encuentra actualmente la investigación en nuestro país, a través de indicadores recolectados vía Internet y rankings internacionales; y el Plan Estratégico Institucional 2011-2017 de la Pontificia Universidad Católica del Perú, la entidad que financia la publicación de *NEO*.

Para el análisis de la experiencia, para cubrir el eje relacionado al (re)diseño periodístico decidí apoyarme en los testimonios de los diseñadores gráficos que estuvieron a cargo del primer y segundo rediseño de *NEO*, Luis Amez y Polo Best, respectivamente, quienes me proporcionaron una posición mucho más técnica de la que yo, por mis propios métodos y conocimientos, hubiera pudiera ofrecer directamente. Asimismo, tomé como referencias el número 1 de *NEO*, relativo a su lanzamiento, y los números 17, 18, 24, 30 y 43, pertenecientes al periodo 2010-2012 del suplemento y muestra de su primer rediseño. Por otro lado, sobre el segundo rediseño, empleé los números 69 y 70, los primeros *NEO* tras su segundo rediseño (de los ocho programados para el 2014), y, por considerarlos referenciales, los números 74, 75 y 76.

Por otro lado, utilicé esas mismas ediciones de *NEO* para enfocarme en la segunda y tercera misión de este informe, explicar las funciones de su editor y las rutinas que se han realizado para asegurar su publicación. En estos puntos, ayudaron sobremanera algunos documentos oficiales de la Pontificia Universidad Católica del Perú y las ediciones de *PuntoEdu* a las que acompañaron los *NEO* y el número 300 del semanario, que fue una edición especial en la que difundieron a toda la comunidad universitaria de la PUCP las rutinas informativas seguidas por su personal para elaborar los productos de la Dirección de Comunicación Institucional de dicho centro de educación superior.

CAPÍTULO V

RESULTADOS DE SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

5.1 Presentación

Me pareció relevante centrar el presente Informe Profesional a partir de mi experiencia en la Pontificia Universidad Católica del Perú, como editor de una publicación institucional, pues creí que existía muy pocas referencias de labores similares descritas a través de tesis u otros informes profesionales, hecho que pude corroborar a medida que avanzaba con el análisis propuesto.

Sobre la elección del suplemento de *PuntoEdu*, *NEO*, como objeto de análisis, en particular, debo señalar que se dio por cuestiones prácticas, en primer lugar, porque se trata de una experiencia sobre la cual podía obtener información actualizada (ya que actualmente me desempeño como editor del mismo suplemento); y, en segundo, como ya lo describí en capítulos previos, porque se trata de una publicación que ofrece contenidos sobre temas de innovación, tecnología e investigación, algo muy difícil de hallar en el contexto peruano.

Si bien era el editor de *PuntoEdu* quien se encargaba de la edición de *NEO* cuando este fue lanzado, su crecimiento –expresado a través de un rediseño–, como eres de esperarse, condicionó la designación de una persona capaz de hacerse cargo de dicha labor de forma total y que asumiera la responsabilidad de su acabado final, tarea que recayó sobre mí desde entonces. Puedo señalar al respecto que el aprendizaje no fue sencillo, mas sí enriquecedor y un reto constante que me pareció interesante e importante explicar y difundir.

Tras reflexionar, analizar y sistematizar esta experiencia, en general, puedo afirmar que el producto ha mejorado mucho en cuanto a su presentación y contenido, sin embargo, aún hace falta perfeccionar los procesos para elaborarlo, hecho que será detallado en lo sucesivo.

El presente Informe Profesional tiene como contexto internacional la enorme importancia que tiene la inversión en I+D+i (Investigación, Desarrollo e Innovación) en el mundo, situación que es más visible a nivel universitario a través de la difusión de rankings de posicionamiento que privilegian dicha labor y que se traslada al contexto nacional. Por otro lado, en el institucional, destaca el objetivo de la Pontificia Universidad Católica del Perú de convertirse, paso a paso, en una universidad de investigación de cara al 2017.

5.1.1 Contexto próximo

En abril del 2009, la Asamblea Universitaria de la Pontificia Universidad Católica del Perú aprobó la creación del Vicerrectorado de Investigación (VRI) de la PUCP para que asumiera la tarea institucional de incentivar, financiar, coordinar y difundir los esfuerzos de investigación llevados a cabo en dicho centro de educación superior. En directa dependencia del VRI, se encuentra la Dirección de Gestión de la Investigación (DGI), una instancia cuya función básica es diseñar, formular e implementar las políticas del VRI, así como ofrecer apoyo operativo a todas sus iniciativas. Asimismo, dependen del VRI el Fondo Editorial de la PUCP y su Oficina de Propiedad Intelectual.

En octubre del 2012, se publicó la primera edición del Plan Estratégico Institucional 2011-2017 de la PUCP, el cual enfatiza que al 2017 esta debería haber sentado las bases para convertirse en una universidad de investigación, a través del fortalecimiento de la

producción y difusión de las investigaciones realizadas en la PUCP, la puesta de los resultados de las investigaciones producidas por la PUCP al servicio de la comunidad y el aseguramiento de las condiciones que le permitan a la PUCP promover una mayor producción de investigación de calidad.

A marzo del 2014, la Pontificia Universidad Católica del Perú, afirma su vicerrectora de Investigación, Pepi Patrón, ha incrementado su presupuesto en investigación en 60% desde que se creó el VRI y recibe dinero proveniente de fuentes de financiamiento externas del orden de los 47 millones de soles:

Se ha avanzado bastante desde el 2009 hasta la fecha. Cuando se creó el Vicerrectorado de Investigación, el mandato fue promover, fomentar y, para el 2017 – como dicta nuestro plan estratégico– tener las condiciones para ser una universidad de investigación (lo cual fue muy realista). Se ha avanzado y nosotros somos el soporte del trabajo que hacen los investigadores, pues si bien nuestra misión es la de apoyar, promover y premiar, el mérito es de ellos. Creo que ya está en el disco duro de la PUCP el hecho de ser una universidad en la que se desarrolla investigación sin dejar de ser una buena escuela de formación de profesionales⁶⁷.

A partir de la creación del VRI, la DGI ha promovido la investigación en la PUCP a partir de diversas estrategias, las cuales incluyen concursos, dirigidos a profesores y alumnos; cursos, y premios. Una de estas estrategias, por ejemplo, se trata del “Mes de la Investigación”, un evento llevado a cabo, generalmente, en septiembre, que tiene por fin fortalecer la promoción y difusión de la investigación académica como una actividad estratégica para la PUCP y la sociedad. Este incluye la realización de jornadas de investigación y de encuentros entre investigadores.

⁶⁷ GRIMALDO, Diego. “¡Bienvenido, Mes de la investigación!”, PuntoEdu, Semanario Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Año 10, N° 321, Lima, 2014, p. 13.

Desde la Dirección de Comunicación Institucional de la PUCP, dada la importancia que cobraron para esta universidad los temas de I+D+i, se decidió contribuir con la difusión de la investigación, la tecnología y la innovación desarrollada en la PUCP a través de una publicación, originalmente inserta dentro del semanario institucional *PuntoEdu*, tal como lo recuerda Carolina De Andrea⁶⁸, editora de *PuntoEdu* de enero del 2009 a septiembre del 2010: “En el 2009, decidimos difundir más la producción científica; esa que, por la propia historia de la PUCP, se veía opacada por la fuerza de sus carreras de letras. Así nació *NEO*”.

5.1.2 Contexto remoto

La investigación, el desarrollo y la innovación son los principales motores de la productividad y el crecimiento en nuestros días. Con la tecnología como base de muchos de los procesos que se desarrollan en el mundo, la I+D+i es clave para que un país resulte competitivo. Como indica Victoria López:

Desde mediados del siglo XX empieza a emerger un argumento “reduccionista” (muy del agrado de científicos y tecnólogos) que asume la existencia de una fuerte asociación causa-efecto entre la inversión estatal en investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) y la pujanza económica de una nación. Este argumento sostiene que el desarrollo tecnológico y económico de un país está íntimamente ligado a su capacidad para la innovación e invención, o si se prefiere a su capacidad I+D+i. Un país en desarrollo llegará a ser un país rico si consigue inventar e innovar tanto o más que las naciones que van por delante de él en desarrollo y opulencia. Por el contrario, si no lo consigue, perderá la carrera tecnológica sumiéndose en la pobreza y el atraso. Por lo tanto, las naciones más importantes y punteras son aquellas en las que sus gobiernos han hecho –y hacen– los mayores esfuerzos para financiar la investigación en Ciencia y Tecnología⁶⁹.

68 Pontificia Universidad Católica del Perú. “PuntoEdu: Edición de colección”, PuntoEdu, Semanario Institucional de la PUCP, Año 9, N° 300, Lima, 2013, p. 13.

69 LÓPEZ RODAS, Victoria. “Las intrincadas relaciones entre investigación, desarrollo e innovación con progreso y bienestar y la importancia de su divulgación”, Circunstancia, Año VI, N° 15, Enero del 2008.

Si bien no es determinante, puede asegurarse que el desarrollo de los países del llamado primer mundo se debe, principalmente, a su apuesta por la inversión en la educación y en la investigación. Sobre esto último, es clara la importancia del papel que tienen las universidades como entes generadores de conocimiento a través de la investigación científica, tecnológica, humanística y social. A ello, como indican Manjarrés, Gutiérrez, Fernández, y Vega⁷⁰, hay que añadirles a los centros de educación superior una nueva forma de participación en los procesos productivos de las naciones a las que están circunscritos.

La universidad –explican– ocupa un rol decisivo en los procesos de desarrollo económico, pues en los últimos años su rol ha evolucionado y ha adoptado una nueva misión, complementaria a la docencia y a la investigación, la cual abarca todas aquellas actividades relacionadas con la generación, uso, aplicación y explotación, fuera del ámbito académico, del conocimiento y de otras capacidades de las que disponen. En este contexto, las universidades no solo hacen contribuciones al gobierno y a la sociedad civil, sino también al sector privado, ayudando tanto al rendimiento económico como al mejoramiento de la calidad de vida y la eficiencia del servicio público.

Por su propia función, y por el papel que tiene la generación de conocimiento en la actualidad, este tipo de producción es muy bien puntuada en los diferentes rankings universitarios internacionales. Por ejemplo, *The Academic Ranking of World Universities*, elaborado desde el 2003 por el *Institute of Higher Education of the Shanghai Jiao Tong*

⁷⁰ MANJARRÉS HENRÍQUEZ, Liney y Antonio GUTIÉRREZ GRACIA, Ignacio FERNÁNDEZ DE LUCIO, Jaider VEGA JURADO. “El impacto económico de la investigación universitaria. El caso del Sistema Universitario Valenciano”, http://www4.ujaen.es/~emilioml/doctorado/guia_rapida_de_citas_apa.pdf, consultado el 29 de noviembre del 2014.

University, utiliza seis indicadores objetivos para clasificar las universidades del mundo, cuatro de los cuales están relacionados con la producción científica y de investigación de nivel superior y que tienen un peso de 20% respecto al total (y que pueden relacionarse, a su vez, con la calidad de la plana docente y con los resultados de las investigaciones). Estos son: Docentes ganadores de Premios Nobel y Medallas de reconocimiento por la contribución a su campo de estudio, Investigadores altamente citados en 21 áreas de estudio (calidad de la plana docente), Artículos publicados en *Nature* y *Science* y Artículos en el *Science Citation Index* y en el *Social Science Citation Index* (resultados de las investigaciones). De esta forma, como para tener una idea del posicionamiento de las universidades de nuestro continente, se puede mencionar que 177 universidades de América se ubican entre los primeros 500 puestos de este ranking actualmente⁷¹ (10 menos que en el año 2010), siendo 146 de Estados Unidos, 21 de Canadá, 6 de Brasil, 1 de Argentina, 1 de México y 2 de Chile.

En todo caso, resulta vital la divulgación de la actividad científica y sus resultados, no solo con el fin de hacer accesible la ciencia al público en general, sino por la posibilidad que le brinda a los investigadores (así como a las instituciones a las que representan) de obtener financiamiento ya sea mediante fuentes de ingreso nacionales o internacionales, privadas o estatales.

En dicho contexto, lamentablemente, cifras difundidas por el Banco Mundial⁷² dejan claro que el Perú es uno de los países que menos invierte en investigación y desarrollo en el mundo, pues le dedica a dicho rubro menos del 0,15% de su Producto Bruto Interno (PBI)

⁷¹ <http://www.shanghairanking.com>, consultado el 30 de noviembre del 2014.

⁷² <http://proexpansion.com/es/articles/211-peru-entre-los-paises-que-menos-invierte-en-investigacion-y-desarrollo>, consultado el 30 de noviembre del 2014.

contra, por ejemplo, 0,42% que le dedica Chile o el 1,16% que le dedica Brasil. Como puede comprobarse revisando una entrevista a Eduardo Ismodes⁷³, exdirector del Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor de la PUCP, realizada el año 2009 en el marco de un seminario internacional sobre gestión de la innovación y la tecnología, esta situación no ha cambiado en los últimos años: “Compartimos la vergüenza de estar en la cola (de la región) junto a Bolivia, Ecuador y Paraguay. La situación es mala, pero por ello mismo la posibilidad de hacer cosas buenas es inmensa, pues con pocos recursos se puede hacer mucho en un contexto como el nuestro”.

Según el Ministerio de Economía y Finanzas del Perú⁷⁴, si bien desde hace más de una década, nuestro país está experimentando un crecimiento económico sostenido que le ha permitido ingresar al grupo de los países de ingresos medianos, de acuerdo a varios estudios tal modelo de crecimiento no será sostenible a mediano y largo plazo si de forma paralela no se realiza esfuerzos significativos para mejorar la eficiencia en la utilización de factores productivos (en especial los recursos naturales). Razón por la cual, es necesario establecer nuevas prioridades en materia de inversión pública que promueva y aliente un modelo de crecimiento económico sustentado en fuentes más duraderas tal como la construcción de ventajas competitivas y la innovación tecnológica.

En el plano universitario, en los últimos años –y particularmente a raíz de la aprobación de una nueva Ley Universitaria– diversos centros de educación superior peruanos han optado por la incorporación de vicerrectorados de investigación en sus

⁷³ GRIMALDO, Diego. “Innovar para sobrevivir”, PuntoEdu, Semanario Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Año 5, N° 162, Lima, 2009, p. 4.

⁷⁴ MEF. “Perú: política de inversión pública en ciencia, tecnología e innovación. Prioridades, 2013-2020”, Ministerio de Economía y Finanzas del Perú, Lima, 2012, p. 22.

organigramas y por la acreditación de sus instituciones y programas. No existen, es cierto, universidades peruanas bien posicionadas en los diferentes rankings universitarios, sin embargo, se puede hablar sobre un incremento en cuanto a la actividad investigativa en sus senos. En esa línea, es la Universidad Peruana Cayetano Heredia la que se lleva el primer lugar en producción científica, como indica un informe del grupo SCImago para el periodo 2007-2011⁷⁵, con 965 publicaciones; seguida de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, con 604; y de la Pontificia Universidad Católica del Perú, con 391. Por el contrario, si se generaliza y se plantea cuál es la mejor universidad peruana, la respuesta la da el ranking de América Economía, que al 2014⁷⁶ indica que se trata de la PUCP, seguida de la Universidad Peruana Cayetano Heredia y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. En el 2010, la misma fuente ubicó a la PUCP en el primer lugar, seguida de la Universidad del Pacífico y la Universidad de Lima. Los indicadores que usa son tamaño, calidad y prestigio.

Respecto a la divulgación de la actividad científica, Zavala lamenta que en el Perú no se le brinde la debida cobertura a los temas relacionados a la ciencia y la tecnología y que, por ello mismo, no existan periodistas especializados capaces de contribuir adecuadamente con dicha tarea:

Lamentablemente en el Perú, los periódicos no tienen o no quieren tener el personal especializado suficiente para realizar trabajos sobre temas científicos y cuando existe la necesidad de cubrir una información, porque la competencia también lo hará, recurren a cualquier redactor de planta... La mayoría de periodistas, somos sólo eso, periodistas de profesión, pero no nos hemos preocupado por tener una especialidad, por ir a la universidad o por tomar cursos de especialización. Sucede aquí en el Perú, con un

⁷⁵ Castro, Aramís. "Las 10 universidades peruanas con mayor producción científica", corresponsales.pe, <http://goo.gl/ERSLOa>, consultado el 30 de noviembre del 2014.

⁷⁶ <http://rankings.americaeconomia.com/mejores-universidades-peru-2014/ranking-2>, consultado el 30 de noviembre del 2014.

fenómeno tan recurrente como El Niño... Los editores deben entender que temas especializados necesitan periodistas entrenados, que puedan llegar al público con información clara, coherente y, sobre todo, verdadera. Una de las funciones del periodista es la de formar opinión y contribuir a la formación de sus lectores, crear conciencia y cuando se trata de la vida es necesario insistir en la prevención, en los modos y estilos de vida saludables, en el cuidado del medio ambiente, es necesario rescatar el rol educador de los medios de comunicación. Esto es un deber y gran necesidad en todo el mundo y más aún en países como los de América Latina⁷⁷.

5.2 Análisis de la experiencia

Para efectos del presente Informe Profesional, decidí presentar la sistematización de mi experiencia a cargo del suplemento *NEO*, en primer lugar, a partir de la presentación de los dos rediseños que tuvo, a lo largo de su historia. En segundo lugar, detallaré las funciones del editor de *NEO* y, finalmente, las rutinas que aseguran su publicación.

5.2.1 Los rediseños de *NEO*

5.2.1.1 El primer rediseño

Tomada por la dirección de la DCI, la decisión de llevar a cabo el primer rediseño de *NEO* se debió a la necesidad de brindarle al suplemento monotemático una personalidad distinta a la de *PuntoEdu*, diferenciándolo del mismo. Como explica Luis Amez⁷⁸, el encargado de rediseñar en aquél momento el suplemento: “Inicialmente *NEO* ocupaba las páginas centrales del semanario *PuntoEdu*, cuyo tamaño es el de un tabloide (29 x 42 cm). Por ello mismo, se utilizaba un estilo de diseño muy parecido al de todo el periódico”. Esto puede apreciarse en la gráfica 1.

⁷⁷ ZAVALA PALACIOS, Teodocia. “Los periodistas peruanos y la divulgación de la ciencia”, *Circunstancia*, Año VI, N° 15, enero del 2008.

⁷⁸ Ver Anexo 3



Gráfica 1: Número 1 del suplemento *NEO*

Para Amez, “el primer gran cambio (de *NEO*) se presenta cuando se toma la decisión de reducir el tamaño de este suplemento a poco menos de la mitad (20.7 x 26 cm). El acabado sería también diferente, pues este estaría engrampado y refileado. Si bien se redujeron sus dimensiones a prácticamente la mitad, se aumentó, en la misma proporción, el número de páginas, es decir, pasó de tener 4 a 8”.

Como editor de *NEO*, me encargué de supervisar la labor realizada por Amez brindándole un esquema definido de secciones en función a las nuevas dimensiones que tendría la publicación. No cambió la periodicidad, a diferencia del tamaño, ni lo pequeño de su titular, que podríamos llamar, como indican Armentia y Caminos, “expresivo”. Asimismo, empleando las definiciones de J. García, las imágenes deberían ser de “complemento” y/o “ilustrativas-decorativas”. Amez, por su parte, decidió emplear un diseño modular basado en tres columnas, contra las cuatro que tenía antes. Él explica:

En el caso de *NEO*, este se define estableciéndose un estilo de diagramación, creando y

utilizando piezas gráficas, determinando la proporción entre texto y foto, etc. Todo esto está íntimamente ligado y parte también de la elección de las fuentes tipográficas⁷⁹, de la paleta de colores elegidos⁸⁰ y las diferentes combinaciones entre ellas.

En coordinación con Amez, decidimos mantener la sección “El equipo”, que en el diseño anterior no contaba con un nombre determinado. Las secciones, en general, se definieron de la siguiente forma:

- **Portada** (página 1): presentaría el logo de la publicación (que utilizaría la fuente tipográfica OCR A Extended), así como el de la PUCP, un titular y un subtítulo (bajada). Una fotografía (plano detalle) o ilustración ocuparía el 80% de la página (ver gráfica 2).



Gráfica 2: Primer número rediseñado del suplemento *NEO*

⁷⁹ EF / Interstate / OCR A Extended

⁸⁰ Azul: cyan 90%, magenta 50% / Verde: cyan 100%, yellow 100% / Verde limón: cyan 30%, yellow 100% / Amarillo anaranjado: magenta 20%, yellow 100% / Rojo: magenta 90%, yellow 100% / Marrón: magenta 40%, yellow 50%, negro 40% / Celeste: cyan 60%

- **Texto principal** (páginas 2 y 3): presentaría un “falso” titular e iniciaría con un capitular (con la posibilidad de contar con ladillos), los créditos del redactor a cargo de la publicación y fotografías relacionadas al tema (ver gráfica 3).

- **El equipo** (página 3): un breve texto acompañaría la foto del equipo a cargo del proyecto sobre el cual giraría el suplemento.

2 | **NEO** | Lima, del 22 de mayo al 4 de abril del 2010

Donde mora la totora

Tutor: **ROSARIO YORI**
Fotos: **YANINA PATRICIO**
Temática específica:

Cuarenta minutos lago adentro sobre el Titicaca (Puno), el paisaje es sorprendente. Por kilómetros, la totora se levanta sobre el lago; el sol brilla fortísimo, quema y nieva la temperatura por sobre los 30°C. Lo marcan embarcaciones, a remo o motor, muchas de las cuales llevan turistas que llegan al lugar para conocer esta cultura que llama la atención por su peculiar estilo de vida: la de los urus.

Más de 300 familias se dividen en aproximadamente 55 islas flotantes y conforman esta comunidad, que reside a casi 4 mil metros sobre el nivel del mar y que ha tomado como base de su civilización la totora. Su vida está basada íntegramente en esta planta: las islas mismas están contruidas con totora, así como las casas, la artesanía y las embarcaciones. Es el combustible que usan para cocinar e incluso, en muchas ocasiones, sirve de alimento. En la comunidad de los urus, la totora está en todas partes.

URUS SIN MURROS. Pese a vivir en islas, los urus no están realmente aislados: tienen televisores, radios, celulares y computadoras. Como sabemos, uno de los efectos de las comunicaciones es ampliar las expectativas y necesidades de sus comunidades. Esto es, precisamente, lo que sucede con los urus, cuyas nuevas generaciones ven cada vez más atractiva la vida en tierra firme, pues ofrece mayores comodidades.

No debe sorprendernos, entonces, encontrar sobre las islas cavas de metal que alguna vez intentaron sustituir los refugios que hoy se usan como arriales: “las bajas temperaturas que en los ambientes alcanzan durante las noches hacen que sean lugares poco acogedores para vivir”, o casas de madera importadas desde Bolivia. El hecho es un rasgo característico del mundo de hoy: frente a una comunidad que parece estar atrapada en el pasado, el impulso más frecuente es buscar su desarrollo con soluciones rápidas que, aparentemente, mejoren su calidad de vida, pero que no comprenden (o no han querido entender) los aspectos fundamentales de su cultura. No sabemos ingenuos: los urus han sabido sobrevivir en un ambiente hostil por miles de años y su conocimiento es vital importancia. Intentar satisfacer las necesidades de comunidades como esta con soluciones fuera de su alcance no es una opción viable.

PROYECTO TOTORA. Precisamente, en este aspecto se concentra el Proyecto Totora, parte de la Red Académica Internacional Innovación Is Hippe, de la Maestría de Estudios Integrados de la State Academy of Visual Arts Stuttgart (SAABK), de Alemania. Iniciada por el arquitecto alemán George Teodorescu, esta iniciativa educa a los urus para crear ideas originales y resolver problemas con recursos y talento locales como una herramienta para el desarrollo sostenible. Este proyecto es el terreno de innovación Is Hippe “el primero se puso en marcha en India; el segundo, en Sudáfrica; y tiene como escenario el altiplano del Perú”. La posibilidad de llevarlo a cabo se dio en junio del 2009 cuando el instituto alemán se puso en contacto con la Universidad Católica y luego de coordinar con la Especialidad de Diseño Industrial, de la Facultad de Arte,

alumnos de ambas instituciones para trabajar con urus.

El proyecto se desarrolló en tres etapas. En septiembre del 2009 se realizó el periodo de investigación; durante cinco días, el equipo recopiló información sobre el estilo de vida y el material. Luego, hubo una etapa de conceptualización, en la cual el grupo se reunió en Alemania para desarrollar diseños que solucionarían los problemas y cumplirían las expectativas de la comunidad de mejorar el contacto con el que vive. Finalmente, en la etapa de implementación, que cumplió el pasado 15 de marzo, se regresó a las islas para trabajar con los urus y realizar los diseños previamente planteados.

“La pretensión del proyecto es mejorar la calidad de vida de los habitantes de las islas y tiene como fundamento la responsabilidad social”, explica Fernando Pineda, coordinador de la Especialidad de Diseño Industrial de la Católica. “Se quiere rescatar las costumbres que han ido perdiendo; que pueden seguir usando la técnica de la totora para vivir”, agrega el profesor. Por ello, los diseños planteados por el equipo privilegian soluciones y materiales locales, lo que evita contaminar el estilo de vida de los urus.

ISLA PARA DOS. Al identificar los deseos y las necesidades de la comunidad, alumnos y profesores decidieron dividir el proyecto en tres capítulos, cada uno de los cuales plantea soluciones diferentes: el primero apunta a la vida familiar, con la creación de sillas privadas que buscan mejorar la calidad de vida con refugios, coordinación de sillas privadas de limpieza y energía. Fuera del ámbito privado, se consideró fundamental fortalecer el espíritu de comunidad del grupo y se ideó un segundo modelo de isla: la comunitaria. Esto incluye: fundamente, espacios de reunión y la creación de un elemento de identificación: la “isla de los urus”, símbolo de su continuidad y evolución. Finalmente, se atendió el contacto entre la comunidad y los turistas. Se decidió, pues, que este no debía darse en el ámbito privado, sino que debía crearse un tercer tipo de isla, la del visitante, con un museo, un auditorio y un mercado abierto que pudiera ser usado para vender artesanías.

La creatividad de los profesionales que participaron en este proyecto ha sido la chispa que ha despertado la imaginación de los propios urus: “Han venido con nuevas propuestas. Lo más sorprendente es que las estructuras se hacen de pura totora, sin paños, sin madera, sin alambres. En las noches, a veces pedimos que cosas más se puedan hacer. Pienso que nos han abierto una puerta más para seguir innovando”, comenta sobre el proyecto la artesana Cristina Suñta, de la isla Khatall. Presentar nuevas posibilidades para el desarrollo de una cultura tan antigua como la de los urus en su lenguaje (el de la totora) hará posible que esta perdure no como una pieza de museo, sino como una comunidad viva en el siglo XXI.

LA COMUNIDAD DE LOS URUS ESTÁ CONFORMADA POR MÁS DE 300 FAMILIAS.

El Proyecto Totora está conformado por alumnos y profesores de la Maestría de Estudios Integrados de la State Academy of Visual Arts Stuttgart (SAABK), de Alemania y de la Especialidad de Diseño Industrial de la Facultad de Arte de la Católica. Mientra la coordinación del instituto alemán estuvo a cargo de George Teodorescu, coordinador del proyecto, la de nuestra Universidad la tuvo a cargo el profesor Fernando Pineda, de la Especialidad de Diseño Industrial. Todos estuvieron en contacto con la UCA durante el mes de mayo.

el equipo



Gráfica 3: Primer número rediseñado del suplemento *NEO*, páginas 2 y 3

- **Central** (páginas 4 y 5): presentaría una infografía o reportaje gráfico (ver gráfica 4).



Gráfica 4: Primer número rediseñado del suplemento NEO, central

- La entrevista (páginas 6 y 7): presentaría una entrevista realizada a la fuente principal acompañada de una fotografía y una ficha suyas con datos sobre la misma (ver gráfica 5). Adicionalmente, se incluiría una ficha con información sobre una página electrónica relacionada al tema (“La web”) y la de un libro (“El libro”). Esta sección tendría un titular de “acto de habla” (cita textual).



Gráfica 5: Primer número rediseñado del suplemento NEO, páginas 6 y 7

- **NEOcampus** (página 8): Esta sección escaparía al carácter monotemático del suplemento. Se incluirían aquí cinco notas (una “abridora”) con información sobre actividades sobre I+D+i llevadas a cabo en la universidad. Asimismo, tendría una sección (“Lo último”) que destacaría algún *gadget* o aplicativo tecnológico (ver gráfica 6).



Gráfica 6: Primer número rediseñado del suplemento *NEO*, página final

No se descartaría la inclusión de cifras, datos y sumillas con citas expresadas por las fuentes incluidas en el suplemento. Este último recurso se usaría, principalmente, en la sección “La entrevista”.

Tras ser aprobado el nuevo diseño por la editora de *PuntoEdu* y los directivos de la DCI, el primer número de este nuevo formato de *NEO* acompañó la edición 170 de *PuntoEdu* el 22 de marzo del 2010. Se trató de la edición N° 17 y tuvo por título: “La invención de los Uros”. Complementó el módulo titular el siguiente texto: “Alumnos y

profesores de la Católica y de la Universidad Sadbk de Alemania sacaron adelante el Proyecto Totorá, iniciativa que retoma la milenaria técnica de los Uros para buscar soluciones en el siglo XXI”.

La idea, desde siempre, fue respetar el diseño, sin embargo, situaciones ligadas a la actividad misma del periódico y su condición de medio institucional condicionaron ello, pese a que la maqueta base trató de mantenerse número a número. No pasó mucho tiempo para que ocurriera un cambio en el formato, pues el número siguiente (N° 18) el texto principal desbordó y su alcance llegó hasta la página 4 del suplemento. Asimismo, el número 24, por ejemplo, no tuvo un texto principal propiamente dicho, sino que se reemplazó este por un texto introductorio y tres columnas de opinión sobre un evento que se intentaba promocionar a través de *NEO* (ver gráfica 7).

The image shows a newspaper page with the title "Modelos de vanguardia". The page is divided into several columns of text and includes several small images of construction sites. The text discusses various construction models and technologies, including BIM, LEAN, and LEED. There are also several quotes from experts in the field.

2 | INEO | LIMA, del 23 de agosto al 5 de septiembre del 2010

Modelos de vanguardia

Por DIEGO ORLANDO

En un contexto en el que la construcción se ha convertido en uno de los sectores que sustentan en fuerte medida el crecimiento sostenido de nuestra economía, empezar a pensar en cuanto a la puesta en marcha de proyectos que aseguren una mayor eficiencia y una menor pérdida de recursos es cada vez más importante. Teniendo esto en cuenta, el Seminario Internacional Constructiva 2010, organizado por la Asociación de Estudiantes de Ingeniería Civil de la Católica, estuvo dedicado a tres modelos distintos pero relacionados entre sí: LEAN, el LEED y el BIM.

Mientras el LEAN Construction se refiere a la manera de diseñar sistemas de producción para minimizar el gasto de materiales, tiempo y esfuerzo, el LEED desarrollado por el US Green Building Council se apoya en la sostenibilidad de un proyecto para lo cual plantea un conjunto de normas sobre la utilización de energías alternativas en aras de reducir y abaratar costos. En tanto, el BIM (Building Information Modeling) es el proceso de generalizar la gestión de datos de un edificio utilizando software de animación de modelado de edificios en 3D.

Tres especialistas que llegaron a nuestro campo para participar en este evento, llevado a cabo en junio pasado, nos brindan más detalles sobre la aplicación de estas interesantes propuestas.

CLAUDIO MORALES
Profesor de la Pontificia Universidad Católica de Chile

"En un modelo BIM las representaciones de los elementos son inteligentes, tienen conciencia de lo que son"

El BIM corresponde a representaciones virtuales de todo lo que se refiere a un proyecto de construcción. A diferencia de un plano, las representaciones de los elementos en donde se tiene un modelo BIM son inteligentes, es decir, tienen conciencia de lo que son. Si se cuenta con un muro se puede decir que este entiende exactamente qué es y, por ejemplo, sabe que tiene un comportamiento térmico a partir del material del que está hecho. A partir del BIM pueden efectuarse muchas metodologías y análisis, así que su relación con el LEAN y el LEED básicamente se da por su aplicación. La acción de contar con una representación virtual "inteligente" es que antes de la entrega del producto se puede saber si realmente se redujeron los costos y si podrá ser sustentable. La información BIM apoyado y algunos elementos de comunicación, como que lugares pueden ser trabajados en un momento u otro, lo que permite una mejor organización y reduce las horas muertas. El problema más grande para introducir esto es que las empresas tratan de seguir trabajando de la misma forma, pues la aplicación de los conceptos no es difícil. Es más un tema cultural, social y de innovación tecnológica.

SALVADOR GARCÍA (P)
Profesor de Inés, Temblapalca y de Estudios Superiores de Monterrey

"Hay compatibilidad entre la sustentabilidad y el ejercicio profesional de la construcción"

Respecto a la sustentabilidad en la construcción hay dos ideas básicas: los criterios de sustentabilidad y los recursos disponibles para aplicar esos criterios. Entre estos tenemos la reutilización, el reciclaje, la minimización de residuos, el diseño bioclimático, el ahorro de energía, el ahorro de consumo de agua, la planeación urbana, la protección de la movilidad de la gente, etc. Por otro lado, materiales escasos, que pueden ir desde los materiales y los procesos de construcción hasta el desarrollo urbano y el de la ciudad en general. Sin embargo, el mayor efecto de la sustentabilidad se da en las etapas tempranas del proyecto, como el diseño y la planeación, donde podemos proveer desde estrategias de diseño bioclimático, orientación y flujo de vientos, hasta colores, texturas, materiales con cierta resistencia térmica, y el uso control de energías alternativas.

El concreto y el acero son materiales que todo mundo quiere tener, más que nada porque en los sismos con cierta resistencia térmica, y el uso control de energías alternativas.

Pareciera que no tiene mucho que ver, pero la sustentabilidad en la construcción es un área de oportunidad importante de innovación y de desarrollo de ideas creativas dentro de la práctica de la construcción. Dentro de lo anterior, hay compatibilidad entre la sustentabilidad y el ejercicio profesional de la construcción.

LUIS FERNANDO BOTERO
Profesor de la Universidad CATI (Escuela de Administración, Finanzas y Tecnología) de Colombia

"Es posible desarrollar un modelo de gestión de la producción en construcción como el LEAN que mejore la eficiencia"

El más importante de los principios básicos del LEAN es tratar de tener un sistema de producción a través del cual se eliminen o disminuyan todas aquellas actividades que no generan valor durante la construcción. Su modelo proviene de la manufactura en el Japón, de una fábrica muy reconocida en todo el mundo por los altos estándares de eficiencia y calidad que posee el sistema de producción de Toyota. A partir de allí, en 1992 un profesor finlandés (Lauri Koskela) desarrolló un modelo conceptual para la construcción al que denominó LEAN Construction. La diferencia básica entre el sistema LEAN y el tradicional radican que en este último la construcción se evita como la transformación de unos recursos en otros, lo cual es cierto a medias, pues lo normal en la producción es que en dicho proceso de transformación aparezcan diferentes pasos que generan pérdidas, como desperdicios o el traslado de materiales. En general, la construcción es un sector industrial que se caracteriza por tener unos paradigmas muy arraigados y muy difíciles de eliminar, pero a partir de que se empiecen a usar experiencias exitosas y se tenga una mejor respuesta en los costos, los constructores se darán cuenta de que es posible desarrollar un modelo de gestión de la producción en la construcción que busque mejorar la eficiencia.

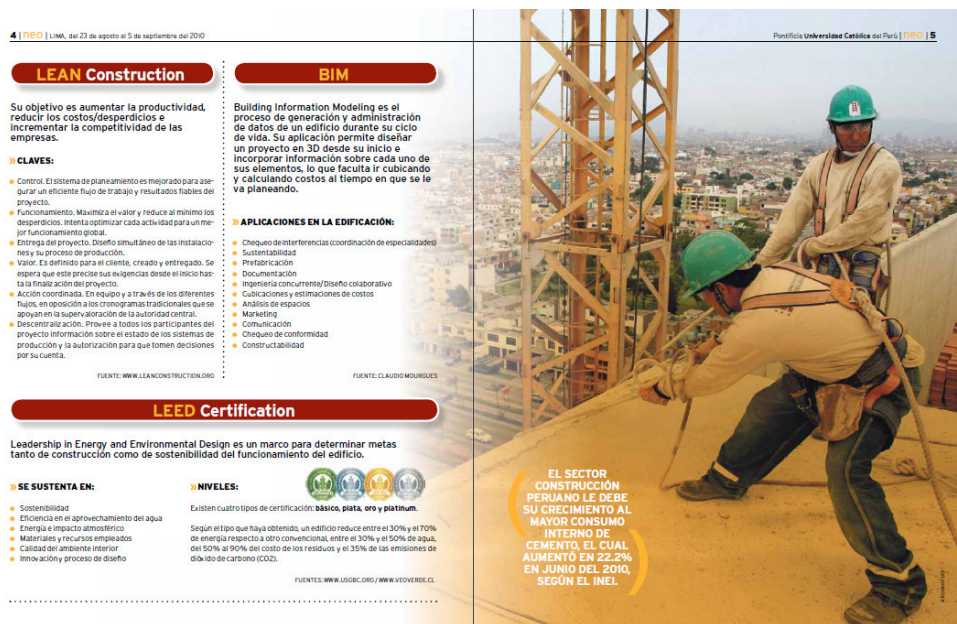
El sector construcción participa con el 5.6% del índice de producción industrial según el Ministerio de Construcción y Saneamiento.

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) estima que durante este año el crecimiento del sector "construcción" será de 8.5%

Más detalles en www.durg.edu.pe/construccion/sector_construccion

Gráfica 7: Cambio de texto principal por columnas de opinión

En ese mismo número, la central pasó de ser una infografía o un reportaje gráfico a una recopilación de datos acompañado de una fotografía a página completa (ver gráfica 8).



Gráfica 8: Central con alteraciones sobre la idea original

En cuestiones de diseño, uno de los más grandes problemas que se generaban era la obtención de buenas fotografías, pues al tratar *NEO*, en ocasiones, temas vinculados a proyectos terminados o realizados fuera de Lima, a menudo la edición dependía de fotos enviadas por las mismas fuentes, las cuales distaban de contar con una calidad óptima. Mención sobre esto merece el número 30 (ver gráfica 9), que tuvo que incluir, entre otras, imágenes tomadas a contraluz a pedido de la unidad académica que solicitó la cobertura de un tema en específico. Como editor del suplemento, sobre este punto en particular, no podía hacer mucho, pues, como lo menciono líneas arriba, en múltiples ocasiones –parafraseando

a uno de nuestros fotografías– “era lo que había”.

Derecho evolutivo

Por **DAVID GAVIOLA**

Llegó la hora. Este viernes 19 y sábado 20 de noviembre, egresados, egresadas y profesores de la Facultad de Derecho de nuestra Universidad se reunirán en el segundo Claustro Pleno. Este evento tiene como objetivo discutir sobre la actual situación de la Facultad y analizar tanto sus fortalezas como sus debilidades, con el fin de lograr la formación de un profesional íntegro, con bases sólidas en valores y conocimientos. En resumen: la evolución de su unidad.

“El Claustro Pleno es un espacio que buscará hacer pensar y reflexionar sobre el estado actual de la facultad, procurando mejorar aún más la labor sobre qué tipo de profesionales se quiere formar”, señala, en la carta de invitación al evento, el decano de Derecho, Walter Aibán. “A qui se discutirá –precisó– lo que se le debe enseñar al futuro abogado o a través de qué medios o actividades se busca articular su formación profesional y personal”.

Para tal efecto, un grupo ejecutivo conformado por docentes, egresados y alumnos de la facultad se reunió durante los meses de junio a octubre para discutir estos temas a través de seis comisiones paritarias de trabajo. Dichos grupos se dividieron en Comisión de Ética, presidida por el profesor César Delgado Barreto; Comisión de Prácticas Preprofesionales, encabezada por Gastón Fernández Cruz; Comisión de Responsabilidad Social, dirigida por Juan Luis Avendáño Valdez; Comisión de Asuntos Administrativos, por Baldo Kresajaj; Comisión Plan de Estudios, con Jorge Santistevani de Morúa; y la Comisión de Investigación, con Lorenzo Zolezzi.

Las conclusiones a las que llegaron estas comisiones luego de cinco meses

de trabajo serán sometidas a debate en el Claustro Pleno, que se desarrollará este fin de semana ante la comunidad jurídica de la PUCP. Este será un espacio de diálogo y debate que llevará a la visión global de una serie de opiniones que pueden ser amigables o contradictorias; pero que, según se detalla en la página web del evento, “en conjunto, permitirán el crecimiento de la facultad de forma mucho más completa”.

“Las comisiones presentarán a la facultad los temas que han trabajado y sus propuestas de cómo mejorarla. Los asistentes tendrán la oportunidad de opinar sobre estas y, en base a ello, dentro de las sesiones plenarias se irán formando consensos, los cuales serán

EL SEGUNDO CLAUSTRO PLENO BUSCARÁ MEJORAR LO HECHO DURANTE SU PRIMERA VERSIÓN, LA CUAL SE DESARROLLÓ EN OCTUBRE DE 1989.



Mérvases. Representantes estudiantiles en la Comisión Ejecutiva: Chiara Marínelli, Patricia Aiso del Avellanay Alberto Cruzos.

recopilados por la Comisión Ejecutiva y luego presentados al Consejo de Facultad en marzo del próximo año. Posteriormente, el Consejo de Facultad será quien de él mismo buene para la ejecución de las propuestas”, nos explica Chiara Marínelli, miembro de la Comisión Ejecutiva del Claustro Pleno. Dicha Comisión Ejecutiva es presidida por el Decano de la Facultad, Walter Aibán, y conformada por los profesores Eloy Espinoza-Saldana, Alfredo Bulard González y Ricardo Joffe, así como por los alumnos Alberto Cruzos, Patricia Aiso del Avellanay, Chiara Marínelli e Ileana Rojas.

ALGUNOS TEMAS A PROPONER. Las seis comisiones que se armaron abordan distintos temas. Por ejemplo, la de Asuntos Administrativos analizará “entre otras cosas” la infraestructura de su facultad, la cual resultaría insuficiente en lo referido a las aulas, oficinas administrativas y de profesores, según su informe final. Sin embargo, en el documento se precisa que el grupo de trabajo fue informado del proyecto de un nuevo edificio para la Facultad de Derecho, razón por la cual se recomendará que ante el Claustro Pleno efectuar un trabajo progresivo o para hacerle frente cuanto antes a las deficiencias señaladas. “Sería conveniente iniciar la edificación de los dos primeros pisos dentro de los seis tomados en consideración en el proyecto”, puede leerse en el citado texto.

Por su parte, la Comisión de Ética fijó como materia de debate la transversalidad de lo ético dentro de la formación del futuro abogado. Si bien reconocen su dificultad, el grupo propondrá que los profesores dediquen al menos una hora a tratar estos contenidos, lo que “asegurar” representa menos del 1% del tiempo que tienen en un curso de tres créditos.

Comisiones de trabajo

» Durante cinco meses, un grupo ejecutivo conformado por docentes, egresados y alumnos de la facultad se reunió para discutir sobre el estado actual de la Facultad de Derecho y la orientación que se le quiere dar en los próximos diez años. Estos temas se trabajaron a través de seis comisiones paritarias: Comisión de Ética, Comisión de Prácticas Preprofesionales, Comisión de Responsabilidad Social, Comisión de Asuntos Administrativos, Comisión Plan de Estudios y la Comisión de Investigación.

FOTOS: CLAUSTRO PLENO



Gráfica 9: Problema con las fotografías

5.2.1.2 El segundo rediseño

En esta oportunidad, la decisión de rediseñar el suplemento se realizó a raíz de un estudio llevado a cabo por la empresa GFK y en el cual participaron 401 alumnos de pregrado, 105 de posgrado, 67 docentes a tiempo parcial, 55 docentes a tiempo completo, 117 administrativos y 13 líderes de opinión.

Según los resultados obtenidos, *NEO* se trataba de un suplemento que no lograba capturar la atención de la mayoría de miembros de la comunidad académica de la PUCP. En detalle, más del 50% de los no lectores encuestados comentaron que no despertaba su interés, pues lo sentían ligado a avances tecnológicos y esto no se trataba de un tema

relevante para ellos. A pesar de ello, presentaba altos niveles de satisfacción entre sus lectores (57%). Señala GFK:

Se observa mayor interés de los alumnos de pregrado en Estudios Generales Letras y de la Facultad de Ciencias e Ingeniería, principalmente. Es altamente recordado como un suplemento especializado que mantiene una buena credibilidad. Tendría que ligarse más a la vida universitaria mostrando el papel que cumplen los investigadores de la PUCP en los temas que se relatan. Los no lectores no lo consideran útil para ellos.

De esta forma, tomando como base este estudio, los directivos de la DCI creyeron que era necesario darle un nuevo aire al suplemento. En ese sentido, “*NEO*”, fue incluido como tema a discutir en las reuniones programadas los días 17 y 18 de febrero del 2014, en las que participó el cuerpo editorial de *PuntoEdu* y periodistas y diagramadores externos, y que tuvieron por fin evaluar los productos de comunicación impresos de la Dirección de Comunicación Institucional de la PUCP. Las siguientes fueron las más importantes conclusiones respecto al suplemento de investigación, tecnología e innovación:

El diseño no da la sensación de que la publicación se trata de un suplemento monotemático. Solución: cambiar el diseño, quizá extendiendo el texto principal a lo largo de todas las páginas del suplemento (a lo *Caretas* en su “informe abridor”), mejorar las fotografías y buscar la forma de presentarlo como una unidad. Un cambio en la calidad del papel podría ayudar a brindarle una mejor recepción por parte de los lectores.

Tras esto, los directivos de la DCI, considerando las propuestas presentadas por el área de Diseño Gráfico, la editora de *PuntoEdu* y el editor de *NEO*, dieron el visto bueno para convertir el suplemento, desde marzo del 2014, en una publicación mensual de doce páginas, impresa en papel *couché*.

En esta oportunidad, el trabajo para definir las secciones que tendría *NEO* volvió a recaer sobre mí, en coordinación directa con la editora de *PuntoEdu* y con la asesoría del editor de la versión web de *PuntoEdu* y la directora adjunta de la DCI. Del diseño se encargó un diseñador externo, contratado expresamente para tal fin, Polo Best, quien mantuvo el diseño modular planteado por Amez. Respecto a esta labor, él indica:

El objetivo del (segundo) rediseño de *NEO* fue, principalmente, aprovechar el nuevo tipo de papel brillante con el que se iba a publicar el suplemento. Esto permitiría aprovechar mejor el recurso de color. También fue necesario utilizar un nuevo concepto de fotografía mucho más impactante, así como una mejor elaboración de la infografía, que hasta entonces no contaba con un formato uniforme en cada edición... Para la elaboración del rediseño hubo, en primera instancia, una reunión entre el editor y el diseñador. Se determinaron las secciones que iba a tener, así como los nombres de cada una de estas. El proceso duró aproximadamente un mes, pero cada día, antes de la entrega final a los directivos de la DCI, se les iba mostrando los avances del rediseño⁸¹.

En total se programaron 8 números para el 2014. El resultado de esta labor fue el siguiente:

- **Portada** (página 1): presentaría el logo de la publicación, así como el de la PUCP, un titular (“expresivo”) y un subtítulo (bajada). Una fotografía (plano detalle) o ilustración ocuparía el 80% de la página.

⁸¹ Ver Anexo 4



Gráfica 10: Tipo de portada de *NEO* para su segundo rediseño

- **Editorial** (página 2): con la intención de darle condición de revista a la publicación, unidad, y de presentar el tema a tratar.
- **Sumario** (página 3): para reforzar la idea de que las secciones no se alteran número a número. Va acompañado de una foto detalle.
- **Texto principal** (páginas 2-8): presentaría un “falso” titular (con un subtítulo y un cintillo) e iniciaría con un capitular (con la posibilidad de contar con ladillos), los créditos

del redactor a cargo de la publicación y una gran fotografía relacionadas al tema. Según las recomendaciones, este “pasea” por la mayor parte del suplemento y es transversal a las secciones “Entrevista” y “Infografía”. Como pieza principal complementaria incluye “Las claves”, una serie de tres datos relacionados al tema tratado en el *NEO* de turno.

- **Entrevista** (páginas 4 y 5): presenta una entrevista realizada a una de las fuentes más importantes o la principal acompañada de una fotografía y una ficha suya con datos sobre la misma (“La ficha”). Esta sección tiene un titular de “acto de habla” (cita textual).

- **Infografía** (páginas 6 y 7): la idea es no colocar reportajes gráficos porque la publicación emplea un buen número de fotografías a gran tamaño.

- **El equipo** (página 9): un breve texto acompañaría la foto del equipo a cargo del proyecto sobre el cual gira el suplemento. Asimismo, se presentan los testimonios de algunos de sus miembros con el fin de darles protagonismo.

Todos estos detalles pueden apreciarse en las gráficas 11, 12, 13 y 14.

EDITORIAL	La materia viva, o biomasa, contiene una energía renovable y ecológica con múltiples aplicaciones. En un contexto energético, se entiende por ella a cualquier residuo vegetal, desperdicio de madera o agrícola, además de ciertos cultivos que se utilizan como combustible. Se trata, desde luego, de una energía beneficiosa para nuestro planeta. De allí la importancia de investigaciones como las desarrolladas por el Grupo de Investigación Carbón Biomasa de la PUCP que en esta oportunidad presentamos.	SUMARIO	ENTREVISTA Mg. Estela Assureira 4-5	EN CONTEXTO Combustible y otros energéticos 10
GRUPO DE INVESTIGACIÓN CARBÓN BIOMASA			INFOGRAFÍA Así se producen las briquetas 6-7	LABORIOS Bocombustibles 11
			EL EQUIPO Grupo Carbón Biomasa	EN LA WEB Aportes sobre la biomasa

Residuos con ENERGÍA

INVESTIGADORES Y ALUMNOS DE LA PUCP USAN RESTOS AGRÍCOLAS PARA LA ELABORACIÓN DE "BIOBRIQUETAS", UN MATERIAL QUE GENERA ENERGÍA A PARTIR DE SU COMBUSTIÓN Y QUE PUEDE SER EMPLEADO INDUSTRIALMENTE.

✎ Escribe **CARLOS FRANCO**

A simple vista parece un pequeño bloque insignificante de la drillo, una especie de piedra en forma cilíndrica cuyo destino sería irremediablemente la bolsa de basura. Su color tampoco es muy llamativo: el de la madera, un marrón como el de la leña, con espacios agrietados, que, en algunos casos, es señal de posible deterioro.

ladrillo y su utilidad puede ser mayor de la que aparenta. Lo han bautizado con el nombre de "briqueta" y en la PUCP es un producto sumamente valorado por alumnos e investigadores. ¿Qué es lo que tiene la "briqueta" que la hace tan valiosa?

Universidad- lleva poco más de dos meses trabajando en el procesamiento de este material. **Ecoamigable** "Es un producto 100% ecológico y renovable. Está hecho con residuos agrícolas cañeros y puede ser aplicado industrialmente", explica con la certeza propia de un estudiante aplicado. Gonzalo está estudiando para convertirse en ingeniero mecánico. Cursa el último ciclo de la carrera y, en las semanas que le



CONCANS AGUILAR, ESTUDIANTE DE INGENIERÍA MECÁNICA, REALIZA ALGUNAS PRUEBAS A LAS BIOBRIQUETAS DESARROLLADAS EN LA PUCP.

FOTOS: WILHO LAJO

Gráfica 11: Segundo rediseño de NEO, páginas 2 y 3

quedaban de vacaciones, ha dedicado buena parte de su tiempo a investigar, procesar y elaborar briquetas en el laboratorio de su especialidad. Lo hace "seguro" para concluir su tesis y poder obtener el título de licenciado.

La Cifra
35
GRAMOS EN PROMEDIO PESAN LAS BIOBRIQUETAS MECANICAS EN EL LABORATORIO DE MECÁNICA DE NUESTRA UNIVERSIDAD.

larga data en nuestra Universidad, le dijo que tenía una investigación en marcha en la que él y otros estudiantes podían participar. Gonzalo pensó unos breves segundos la propuesta. Aunque se trataba de un proyecto diferente y novedoso, decidió tomarlo. Desde entonces, las vacaciones y el verano libreto no han significado mucho para él. "Procesar briquetas requiere de tiempo. Toma entre cuatro o cinco días hasta que podamos tener varias listas para su uso y prueba", precisa el futuro ingeniero.

ENTREVISTA

Mg. Estela Assureira, coordinadora del Grupo de Investigación Carbón Biomasa

"HAY UNA FIRME IDEA SOBRE EL CAMBIO DE LA MATRIZ ENERGÉTICA"

¿Por qué su equipo de investigación decidió trabajar con residuos sólidos, como la hoja de caña o la cascarilla de arroz?

Algo que puede observarse en el Balance Nacional de Energía es que en el país siempre se han usado combustibles fósiles, como el petróleo o el gas, pero las nuevas necesidades nos están obligando a cambiar la matriz energética. Además, el uso indiscriminado de los combustibles fósiles ha contaminado mucho el medioambiente. Por eso, trabajamos con las llamadas energías renovables.

¿En qué consiste este trabajo?

En la primera etapa recogimos los residuos. Fuimos a los lugares donde hay diversos cultivos y recolectamos todos los residuos que podamos que pollan ser de utilidad. Luego los cuantificamos. Hemos hecho un mapeo a nivel nacional de todo lo que se produce, todo lo que el Ministerio de Agricultura registra como cultivo: la caña de azúcar, el arroz, el maíz, el espárrago, el café, el trigo y la cebada. Hemos hecho una evaluación completa por producto y por departamento.

¿A qué conclusión llegaron? Todo este material, que muchas veces no tiene destino o lugar de aprovechamiento, puede ser usado con fines energéticos. Como se sabe, cada año se generan millones de toneladas de residuos, que son producto de la actividad agrícola y forestal. Imagínate si todos estos desperdicios son usados para la generación de energía y otros procesos industriales.

¿Está extendido el uso de biomasa residual en nuestro país? Existe una inquietud. Hay empresas, como Casa Grande, que promueven estudios y se esfuerzan para que estos residuos ingresen a su proceso productivo.

El objetivo es reemplazar la energía tradicional por otras energías que sean renovables.



¿El tratamiento es el mismo para todos los tipos de residuos? No, cada uno tiene particularidades que determinan su proceso de acondicionamiento antes de transformarlo en un bocombustible-sólido. Así, por ejemplo, los de madera son bastante limpios, sus compuestos permiten quemarlos con facilidad. Esto no sucede con los residuos herbáceos, como las hojas de las ramas o la cascarilla de arroz. Quemarlos es un reto para cualquier técnico. En general, quemar residuos de madera es más sencillo que quemar residuos herbáceos.

PARA EL GRUPO DE INVESTIGACIÓN CARBÓN BIOMASA, LOS RESIDUOS PROCEDENTES DE LA ACTIVIDAD AGRÍCOLA Y FORESTAL TIENEN UN ENORME POTENCIAL ENERGÉTICO.

También investigan el uso de "briquetas" hechas de hoja de caña. Si nuestra propuesta de investigación aplicada plasma la filosofía "de la cuna a la cuna". Esta es una nueva forma de interpretar el ecologismo, porque así se aprovechan los residuos dejados por la producción cañera y, a su vez, las cenizas dejadas por la combustión de "briquetas" (desde las cuales se genera energía). Es una filosofía de la ciencia que considera que todo proceso industrial debe dar salida a los desechos que genera utilizándolos

como materia prima de bajo precio.

En Argentina, se presentó un proyecto de ley que incentiva la generación de energía con biomasa. ¿Hay alguna experiencia similar en el Perú? Lo que hay es una firme idea sobre el cambio de la matriz energética. El objetivo es reemplazar la energía tradicional por otras energías que sean renovables. Si bien se ha incrementado el consumo del gas, en el uso de biomasa todavía los esfuerzos son recientes.

Gráfica 12: Segundo rediseño de NEO, páginas 4 y 5

6 **► Vista de la figura 4**
 Su fama casi diaria en el laboratorio de la Sección Mecánica ubicado en el ala sur de nuestro campus se enmarca dentro de una investigación aplicada que la profesora Assareira propuso al FINCYT (Fondo para la Innovación, Ciencia y Tecnología) el año pasado. El proyecto, elaborado por la docente, ganó el concurso y obtuvo un financiamiento por S/1,57,159.

Combustible mágico
 El objetivo principal del proyecto, según explica la profesora Assareira, es "producir energía y un material puzolánico a partir de las hojas de caña desmenuzadas en brisquetas". En otras palabras: los investigadores, entre docentes y alumnos de la Universidad, manipulan la hoja de caña traida en sacos desde el norte del país para convertirlas en biobrisquetas y así, a través de su combustión o quemada, generar energía.
 Las biobrisquetas son un tipo de biocombustible que ha empezado a ganar cierta fama en algunos países. Su composición puede ser diversa. Así como hay biobrisquetas hechas de hoja de caña, también abundan aquellas que están formadas por otro tipo de material residual, como madera, cascara de arroz, residuos de pulpa

El Dato
 El Fundo San Vicente (Piura) envió veinte sacos con hojas de caña para realizar la investigación.



Gráfica 13: Segundo rediseño de NEO, páginas 6 y 7

Las Claves
1 La biomasa es un tipo de energía renovable procedente del uso de la materia orgánica e inorgánica formada en algún proceso biológico o químico.
2 De acuerdo con su origen, la biomasa puede ser de diversos tipos: forestal, agrícola, ganadera, industrial y urbana.
3 La biomasa tiene aplicaciones térmicas, eléctricas y mecánicas. Incluso, puede ser usada como combustible para centrales eléctricas.



LA PRODUCCIÓN DE LAS BIOBRISQUETAS PUEDE DURAR ENTRE CUATRO O CINCO DÍAS.

► Vista de la figura 6
 de papel, cáscara de coco, residuos de algodón, carbón, entre otros.
 Se trata de un producto cuyo uso y aplicación aún es muy reducido en nuestro país, pero que en otras ciudades del mundo es visto como un objeto que tiene un potencial energético único. En Paraguay, por ejemplo, la brisqueta es uno de los productos más exportados en valor monetario, con 36%, por encima de otros materiales como la madera aserrada, de acuerdo con estadísticas oficiales.
 Además, tiene ventajas tremendas si se le compara con los combustibles fósiles, los cuales son altamente contaminantes. Justamente, una de sus virtudes es que es 100% ecológico, por lo que su quemado no tiene mayor impacto en el ambiente. Posee, tam-

La Cifra
24 AÑOS DE EXISTENCIA TIENE EL GRUPO DE INVESTIGACIÓN CON CARBÓN BIOMASA.
 bién, un mayor poder calorífico, baja humedad, alta densidad, es limpia, de fácil manipulación, ocupa poco espacio, no tiene olor ni alitivos y produce un menor porcentaje de ceniza.
El objetivo
 "La finalidad del proyecto es que el material califique como un buen biocombustible sólido y que pueda ser usado en una cocina o en un quemador para producir energía", sostiene González. "El otro objetivo de la investigación es poder mejorar las propiedades de la ceniza que resulte de la quemada de la brisqueta para que pueda clasificarse como puzolana. La idea es que este material pueda convertirse en un agregado para el cemento", complementa.
 Para obtener la brisqueta, primero hay que tener la materia

prima, en este caso, la hoja de caña. Luego se cortan las hojas (se reduce su volumen), se lavan, se secan, se trituran. Posteriormente, se mezclan con aglomerantes y arcilla, pasan al horno de curado donde son secadas y, finalmente, se obtienen las biobrisquetas en estado vírgen. Biocombustible listo y hecho para poder ser usado.
 "Es una suerte que podamos disponer de este material ahora que se habla tanto de productos orgánicos y ecológicos", apunta González, quien acaba de poner a secar más brisquetas en el laboratorio. Su compañero, Jan Vicente Vargas, también alumno de Mecánica, lo escuchó e interviene: "Este es un proyecto sumamente importante porque está ayudando a todo un sector de la industria". Ambos jóvenes están en el cierto.

EL EQUIPO

EL GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN CARBÓN BIOMASA PUCP es una unidad tecnológica perteneciente a la Sección Ingeniería Mecánica del Departamento de Ingeniería de la PUCP. Trabaja en el desarrollo de los procesos de conversión de la biomasa y el carbón mineral en combustibles y energía, así como en su transferencia al mercado.

LA "BIOBRISQUETA" PRESENTADA SE DESARROLLÓ COMO PARTE DEL PROYECTO ECOCOMPLEMENTOS, RELACIONADO CON LA TRANSFORMACIÓN DE RESIDUOS BIOMÁSICOS A GRUPOS EN MATERIALES PUZOLÁNICOS (GASE DEL CEMENTO).

ING. WILSON ANTONIO ASSAREIRA
 La transformación de los residuos agrícolas es una interesante alternativa en materia energética. Contar con una fuente de energía de bajo costo, que puede incorporarse a la cadena de valor de las empresas, es algo por lo que nosotros apostamos.

ING. CLADYS VILLA GARCÍA
 "La importancia que tiene este proyecto reside en el uso de desechos para la generación de energía. Además, hay otro objetivo importante: queremos generar un producto cementicio de bajo costo".

ING. LAURA WASSER
 "En otras partes del mundo es común usar residuos como materiales suplementarios del cemento convencional, que a su vez contribuy a darle mejores propiedades al concreto".

LIC. WILVICA SALAZAR SUAREZ
 "Con este proyecto contribuimos al cambio de paradigma de los combustibles fósiles a las energías renovables. La iniciativa permitirá reducir la huella ecológica, uno de los compromisos de nuestro país".

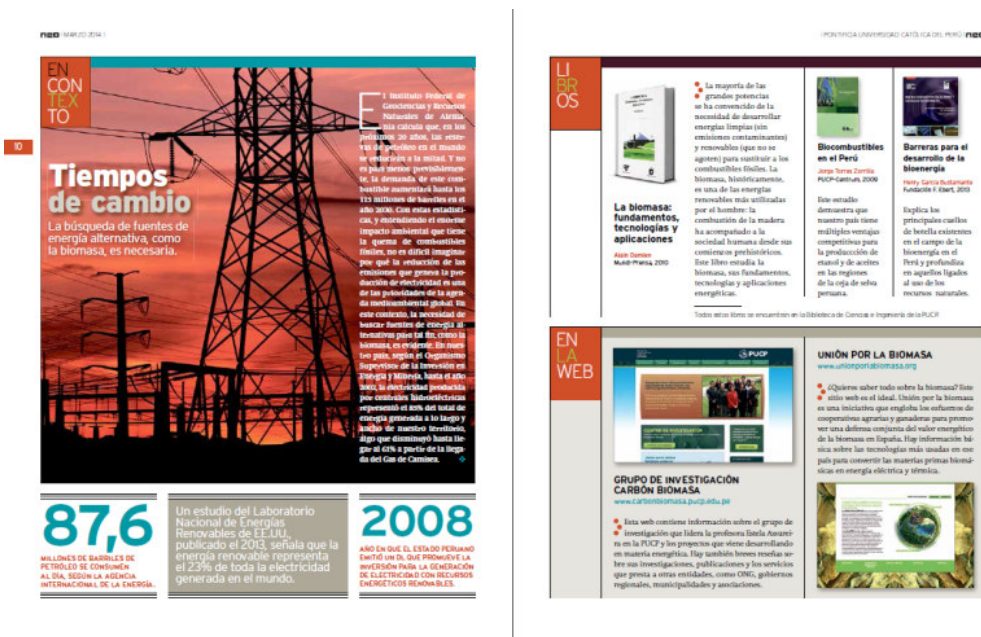
Gráfica 14: Segundo rediseño de NEO, páginas 8 y 9

- **En contexto** (página 10): presenta un titular y un subtítulo. El texto toma como excusa el tema desarrollado en el suplemento para presentar experiencias relacionadas en el ámbito local o internacional. Va acompañado de dos cifras y un dato. Tiene una foto que ocupa el 75% de la página (y que sirve de fondo).

- **Libros** (página 11): presenta la reseña de tres publicaciones relacionadas al tema tratado en el suplemento.

- **En la web** (página 11): presenta el contenido de dos páginas electrónicas relacionadas al tema tratado en el suplemento.

Todos estos detalles pueden apreciarse en la gráfica 15.



Gráfica 15: Segundo rediseño de NEO, páginas 10 y 11

- **En voz alta** (página 12): presenta una fotografía en primerísimo plano de la fuente principal acompañada de su nombre, grado académico y una cita textual recogida del texto principal. Desapareció en este punto “*NEO*campus” (ver gráfica 16).



Gráfica 16: Segundo rediseño de *NEO*, página final

No se descarta la inclusión de cifras, datos y sumillas con citas expresadas por las fuentes incluidas en el suplemento. Este último recurso se usa, como en el diseño anterior, principalmente en la sección “La entrevista” y en la sección “En voz alta”. Según Best, el diseño que elaboró no dista mucho del anterior en cuanto al empleo de textos, sin embargo, sí se distingue el logotipo de la publicación y el uso que se le da a las imágenes, por ejemplo. Según explica, el diseño, en general, buscó darle personalidad al suplemento:

El formato utilizado no tuvo muchas alteraciones respecto al original. La tipografía Interstate es de una forma y bordes bastante claros y de rápido impacto. Esto nos permite usarla en sus diferentes variantes. Para el cuerpo de texto, la tipografía es Swift, que es fácil para leer. La paleta de colores consta de 5 tonos que tienen similar luminosidad lo que genera equilibrio. Los despieces utilizados nos ayudan a que la lectura respire, utilizando un número o frase mucho más grande. En el caso

de las fotografías hay un cambio más radical tanto en el concepto de la foto como en el retoque. El logo de la revista se modificó, ahora es mucho más moderno y bastante reconocible. Tiene tres colores que pueden intercambiarse con cada número. En general, las fotos, los colores y la tipografía son elementos que le dan ahora a *NEO* una identidad visual que no tenía en comparación al diseño anterior⁸².

Tras ser aprobado el nuevo diseño por la editora de *PuntoEdu* y los directivos de la DCI, el primer número de este nuevo formato de *NEO* fue lanzado junto a la edición 303 de *PuntoEdu* el 31 de marzo del 2014. Fue el número 69 del suplemento.

En esta nueva etapa no hubo grandes cambios en la maqueta, salvo la inclusión de una fotografía extra en reemplazo de “Las claves” o su reemplazo por alguna otra pieza gráfica complementaria, como ocurrió en el número 75 (ver gráfica 17).



Gráfica 17: Modelo de pieza empleada en el segundo rediseño de *NEO*, “Las pruebas”

⁸² Ver Anexo 5

De igual manera, las fotografías fueron tomadas y trabajadas por el personal de la DCI responsable, gracias a la extensión del periodo de cierre, por lo que no hubo problemas en obtener imágenes de calidad (una vez más, de “complemento” y/o “ilustrativas-decorativas”, y, como novedad, “denotativas/documentales”).

5.2.2 Funciones del editor de *NEO*

En un primer nivel, el editor de *NEO* cumple la misión de *gatekeeper* de la información a publicarse en dicho suplemento relacionada al I+D+i que se desarrolla en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Por encima de él, se coloca la editora de *PuntoEdu*, en un segundo nivel, y en un tercero los cargos directivos de la Dirección de Comunicación Institucional de la PUCP, director y directora adjunta, siendo esta última –sobre el papel, tal como aparece en el postón del semanario– también editora de *PuntoEdu*.

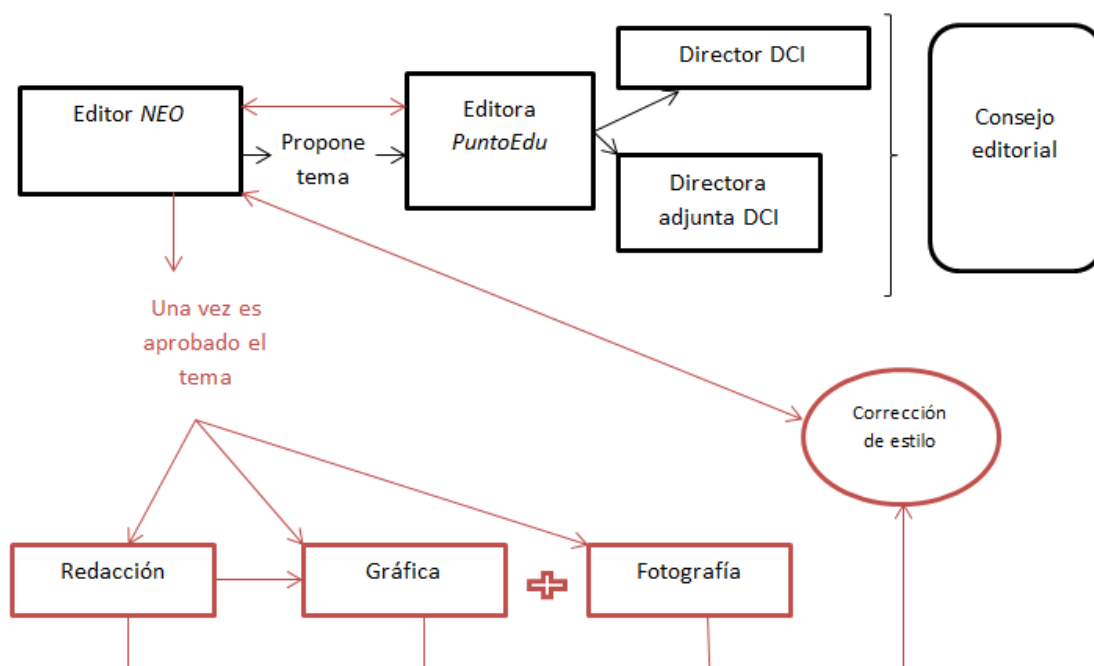
Una vez definidos los temas a tratar, estos son transmitidos al Consejo Editorial de *PuntoEdu* para su aprobación final. Este consejo está conformado por un grupo de profesores de la PUCP, un representante estudiantil ante la Asamblea Universitaria, las editoras de *PuntoEdu* (editora y directora adjunta de la DCI, para ser exactos) y el director de la DCI.

Aprobado el tema, el editor de *NEO* asigna su desarrollo a un redactor y define la fecha de entrega. Una vez accede a los textos a publicarse, verifica su calidad, así como la de las fotografías y como la del diseño, en coordinación con las áreas de corrección de estilo,

fotografía y gráfica, respectivamente, y sobre el cierre con la editora de *PuntoEdu*, la directora adjunta de la DCI, y, en algunos casos, con el director de la DCI.

Además de encargarse de todos estos asuntos, que implican, en principio, la búsqueda de temas apropiados y acordes con la línea editorial del suplemento; el editor de *NEO* es, a su vez, subeditor de *PuntoEdu*, lo que significa que también apoya en la edición del semanario. Esta función también la tiene la editora del suplemento *Q*.

El siguiente esquema resume lo descrito anteriormente:



Gráfica 18: Flujo de trabajo

5.2.2.1 A manera de contexto

A inicios de mi vínculo laboral con la Pontificia Universidad Católica del Perú, como redactor de *PuntoEdu*, me encargué de generar y buscar contenidos para la sección Deportes del semanario, además de elaborar los textos a publicarse en dicha página. Esta tarea no cambió cuando ascendí al cargo de subeditor de *PuntoEdu* y editor de *NEO* a inicios del 2010 (e implicó, también, hacerme cargo de la edición de tal sección). Desaparecida Deportes el 2011, seguí apoyando en la redacción de notas para *PuntoEdu* (en diversas secciones).

En el 2014, además de subeditor de *PuntoEdu* y editor de *NEO*, asumí el cargo de editor de contenidos de investigación de la Dirección de Comunicación Institucional de la PUCP, con la responsabilidad de gestionar –precisamente– los contenidos de investigación a difundir en los diferentes productos de la DCI (como es el caso de *PuntoEdu*, su versión web, *NEO*, *Q*, entre otros). Esto último implica la búsqueda de temas, su coordinación y su colocación en algunos de los medios de comunicación con los que cuenta la DCI. Adicionalmente, tal como ocurrió con la desaparecida página de Deportes, me hice cargo de la sección Investigación de *PuntoEdu*.

5.2.3 Rutinas de trabajo

En el número 300 de *PuntoEdu* se detallan las rutinas de trabajo⁸³ que se desarrollan en la Dirección de Comunicación Institucional de la PUCP para publicar dicho semanario:

a) Lunes

- 9:00 a.m. Recepción de solicitudes: Las solicitudes de difusión de eventos se ingresan a través de la Guía de Comunicación PUCP (una plataforma virtual a través de la cual las unidades de la universidad pueden hacer pedidos de cobertura y agendan sus actividades). Estas se clasifican y organizan para su cobertura y publicación.
- 10:00 a.m. El primer índice: El editor arma el índice tentativo de los contenidos de *PuntoEdu*, *Q* y *NEO*.
- 11:00 a.m. Reunión del equipo: Los editores, redactores, diseñadores y fotógrafos definen la cobertura de la siguiente edición. Se inicia el proceso de producción.
- 3:00 p.m. Reunión del Consejo Editorial: El Consejo Editorial de *PuntoEdu* se reúne semanalmente para evaluar los contenidos del periódico. Se aprueba un índice final. Paralelamente, el equipo de redactores, fotógrafos y diseñadores coordinan sus entrevistas y empiezan a hacer las notas, fotos e ilustraciones a publicar. Asimismo, los ilustradores conversan con los redactores y editores para graficar algunas notas del número.

b) Martes

⁸³ Pontificia Universidad Católica del Perú. "PuntoEdu: Edición de colección", *PuntoEdu*, Semanario Institucional de la PUCP, Año 9, N° 300, Lima, 2013, pp.8-9.

- 8:30 a.m. Reunión de contenidos DCI: Los jefes de oficina, editores y subeditores de la Dirección de Comunicación Institucional revisan las solicitudes recibidas a través de la Guía de Comunicación PUCP. Se confirma que todos los eventos estén representados en algunos de los medios de comunicación de la PUCP para que se difundan a la comunidad universitaria. En paralelo, continúa el proceso de redacción, entrevistas y registro fotográfico, mientras diseño avanza en ilustraciones y diagramación.

c) Miércoles, jueves y viernes

- Entrega de textos y fotos: Los redactores y reporteros gráficos entregan su trabajo a los editores y subeditores para revisión.

- Edición: Edición general de todos los artículos entregados.

- Diseño final y diagramación: Tras recibir los textos editados, los diseñadores diagraman el semanario incorporando ilustraciones y fotografías.

- Corrección de estilo: El corrector de estilo revisa minuciosamente todos los textos.

- Cierre de edición: La revisión final del número y la última oportunidad para hacer correcciones y cambios pequeños a la edición. Se envía en archivo final de la publicación (en formato pdf) a la imprenta. El suplemento *NEO* se cierra los miércoles; *Q* los jueves; y *PuntoEdu*, los viernes.

d) Sábado

- Preimpresión: Aprobación de los archivos (pdf), pruebas de color y texto en la imprenta.

- Impresión: La rotativa imprime los 16,500 ejemplares del semanario en menos de una hora.

e) Domingo

- Embalaje y envío: Los ejemplares se doblan, arman y embalan para su distribución, y se envían a la PUCP, donde serán repartidos al día siguiente tanto dentro (principalmente) como fuera del campus.

Sobre el papel, y para efectos de la publicación de *PuntoEdu*, estas rutinas son fieles a lo que ocurre en realidad, incluyendo los imprevistos que pueden ocurrir siempre en un proceso periodístico, y se adecuan al esquema sobre la producción de la noticia de Golding y Elliot. Sin embargo, con relación a la publicación de *NEO* hay ciertas particularidades vinculadas a su periodicidad, formato y a la cantidad de redactores disponibles, pues estos son los mismos que se encargan de escribir los artículos de *PuntoEdu* y *Q*. Asimismo, en la práctica, su cierre –máximo– ocurre los días jueves y no los miércoles.

En lo que respecta al cambio de su periodicidad y formato, ya he descrito lo ocurrido con sus dos rediseños⁸⁴, siendo los más notables la cantidad de páginas (de 8 a 12) y su paso de ser un suplemento quincenal o uno mensual (lo que cambió, por ejemplo la cantidad de días hábiles disponibles para su elaboración, de un total de 9 a cerca de 24). En tanto, sobre la cantidad de redactores disponibles, debo explicar –por el momento– que este grupo, desde el 2010 al 2012 (años que competen al presente análisis), estaba formado por 3 redactores (a cargo de 2 subeditores y una editora) y que el 2014 se sumó a sus filas un redactor más. La problemática que ésta limitada cantidad de personal (al menos, en el

⁸⁴ 5.3.1 Los rediseños de *NEO*

periodo 2010-2012) trae consigo será explicada en lo sucesivo. Sobre este punto, es importante señalar que el personal de la Dirección de Comunicación Institucional de la PUCP labora únicamente de lunes a viernes, en el horario de 9 a.m. a 5 p.m.

5.2.3.1 Primer rediseño

5.2.3.1.1 El contenido

Los temas de *NEO*, en el periodo 2010-2012, eran obtenidos a través de las solicitudes de cobertura enviadas por las diferentes unidades y los profesores de la Pontificia Universidad Católica del Perú, tanto de manera formal como de forma informal. En el caso formal, antes de la implementación de la Guía de Comunicación PUCP, en el año 2013, estas llegaban a través del correo de *PuntoEdu*, puntoedu@pucp.edu.pe, *PuntoEdu* web, puntoeduweb@pucp.edu.pe, de las cuentas de correo electrónico del personal de prensa interna, o del editor de *NEO*. En el caso informal, estas llegaban a través de comentarios o sugerencias de profesores (sobre investigaciones que estaban realizando otros profesores o ellos mismos) recogidas por el personal de la DGI (como los redactores de *PuntoEdu* o sus editores). Si bien se había creado ya el Vicerrectorado de Investigación, una fuente estable y oficial, era muy poca o limitada la información enviada por este a la DGI sobre los proyectos en materia de I+D+i que se generaban en el seno de la PUCP.

Mientras se esperaba que esto ocurriera semana a semana, siendo estas las principales fuentes sobre investigación, tecnología e innovación en la universidad, como editor de *NEO*, pactaba a inicios de cada semestre académico reuniones con el decano de la Facultad de Ciencias e Ingeniería, jefes de Departamento (de Ingeniería y de Ciencias) y coordinadores de sección de las diferentes especialidades de la Facultad de Ciencias e

Ingeniería para consultarles sobre los proyectos y actividades programadas por sus respectivas unidades académicas y así agendarlas y evaluar su potencial como temas para el suplemento. Lamentablemente, muy pocos profesores (con cargos administrativos, en este caso) respondían a estas llamadas y, hasta la fecha, es limitada la literatura que pueda explicar esta suerte de hermetismo o nulo interés relacionado a la difusión de su labor.

Quizá lo más cercano es lo que señala Folc Lecha:

Los *timing* propios de la actividad investigadora y el periodismo desembocan a menudo en un divorcio irremediable. La tarea investigadora requiere un tempo pausado que permita el análisis, la experimentación, la obtención de resultados y la corroboración de los resultados obtenidos. Este ritmo choca de frente con la exigencia de la actualidad informativa, que a veces exige datos fehacientes y absolutos de forma casi inmediata... El científico a menudo se niega a someter su trabajo a la urgencia. Aún así, los periodistas necesitan de la comunidad científica, y a la inversa⁸⁵.

Esta consideración es válida, dada mi experiencia profesional y el tiempo que vengo laborando en la PUCP, pues algunos profesores, pese a entender la importancia de la difusión de los resultados de sus investigaciones o la de su trabajo, no confían que esta se llevará a cabo de forma eficiente o tienen sus propias ideas sobre cómo es que esta debería desarrollarse. En ese sentido, era común encontrarme con profesores que trataban de imponer condiciones sobre el tamaño de la publicación, sobre qué es lo que debería ir en ella o que esperaban que la información técnica que proporcionaban no fuera adaptada a un lenguaje que pueda ser comprendido por un público no perito.

En relación a los contenidos publicados, durante esta etapa se incluyeron inventos, investigaciones, aplicaciones y no fueron pocos los números desarrollados para

⁸⁵ LECHA, Folc. “Debates sobre periodismo científico” (resumen del debate), Cuadernos de la Fundación Dr. Antonio Esteve N° 2, <http://www.raco.cat/index.php/QuadernsFDAE/issue/view/20990/showToc>, consultado el 2 de diciembre del 2014.

promocionar eventos organizados por la PUCP. La intención de *NEO*, en este aspecto, es la de promocionar todos estos alcances, en especial, aquellas investigaciones desarrolladas en la PUCP que puedan tener un impacto en el seno de la comunidad académica y, de ser posible, fuera de ella. Por ello, como editor del suplemento, privilegié los temas que tuvieran aplicaciones prácticas (investigación aplicada y de campo), más que los que se quedarán en la mera teoría (investigación pura y de análisis), siendo claros ejemplos de ello los números 17, 18 y 43.

En el primer caso, se trató de un proyecto que buscó revestir con conocimiento actual el patrón de vida y el hábitat de los pobladores de las islas de Uros, ubicadas en el lago Titicaca, en Puno. El número 18, en cambio, presentó un método para detectar *NEO*plasias malignas a partir de un algoritmo diseñado por un profesor del Departamento de Ingeniería de la PUCP. Finalmente, el número 43 giró en torno al desarrollo de un método para purificar agua con hidrogeles y carbones activados preparados a partir de residuos de frutos amazónicos. Si bien este último acababa de finalizar una primera etapa de pruebas, como editor del suplemento consideré que los avances alcanzados por los investigadores a cargo del proyecto y el fin del mismo eran lo suficientemente interesantes para ser difundidos, hecho que fue aprobado posteriormente por mis superiores.

En algunos casos, *NEO* fue el motor para la difusión de eventos llevados a cabo en la Pontificia Universidad Católica del Perú, como lo puede dar fe el número 24, que promocionó el seminario internacional Constructecnia 2010 ⁸⁶, organizado por la

⁸⁶ Esta edición (2010) trató sobre los sistemas Lean, Leed y BIM, que buscan mejorar la eficiencia y la sostenibilidad de la producción en construcción.

Asociación de Estudiantes de Ingeniería Civil; o el número 30, que destacó la inminente realización del Claustro Pleno, una reunión en la que alumnos, profesores y egresados de la Facultad de Derecho discutieron sobre la situación de su unidad académica. Es importante destacar este último porque, pese a no tratarse de un tema de I+D+i, su tratamiento en el suplemento fue realizado a pedido de las autoridades de la universidad. Siendo los contenidos de *PuntoEdu*, en cierta forma, un conjunto de solicitudes cubiertas por la DCI, no es de extrañar que esta necesidad institucional toque en algún momento a su suplemento de investigación, tecnología e innovación, aunque, en este caso, se trastocara su fin.

5.2.3.1.2 La asignación de temas

Salvo en casos excepcionales (en los que se contaba con un tema a desarrollar con mucha anticipación), la asignación periodística la realizaba, por lo general, apenas se lanzaba un número nuevo de *NEO*. Este acto lo llevaba a cabo en coordinación con la editora de *PuntoEdu*, quien me informaba sobre la disponibilidad de su personal para desarrollarlo y trasladaba el interés por tratarlo a instancias superiores (Consejo Editorial). No había un momento exacto en la que ocurría. Asimismo, ésta era hecha de forma oral, a diferencia de lo que ocurría (y ocurre) con *PuntoEdu*, en que su cobertura es conversada en una reunión los días lunes.

Como el personal a disposición también se encargaba del semanario y su suplemento *Q*, y al carecer de opciones, el redactor del número de turno de *NEO* terminaba siendo su

propio editor (yo), quien, como ya lo expliqué antes⁸⁷, en la práctica también trabajaba como redactor y subeditor de *PuntoEdu*, siendo estas funciones inalterables.

Por otro lado, en línea con lo que afirma Lozano (que la disponibilidad de recursos económicos, humanos y de infraestructura condicionan en cada organización de medios las rutinas de trabajo y los procesos de producción de los mensajes), la rutina informativa para la elaboración de *PuntoEdu* y *Q*, condicionaba la disponibilidad del equipo de redacción de la Dirección de Comunicación Institucional –en el que me incluía– pues sus procesos reducían, en la mayoría de casos, los 9 días hábiles que se tenían para la elaboración de *NEO* a un total de 4 (que coincidían con la semana de cierre del quincenario). Adicionalmente, en ese periodo también habían labores adicionales que cubrir. Esto puede apreciarse haciendo un paralelo entre algunos números de *NEO* (escritos por mí) y las ediciones de *PuntoEdu* que acompañaron:

23 de agosto del 2010
<i>NEO</i> N° 24: Construcción inteligente: El seminario internacional Constructecnia 2010 trató este año sobre los sistemas Lean, Leed y BIM, que buscan mejorar la eficiencia y la sostenibilidad de la producción en construcción. Redactor: Diego Grimaldo Editor: Diego Grimaldo

⁸⁷ Ver 5.3.2.1 A manera de contexto

PuntoEdu N° 186:

DEPORTES: El equipo está listo. Se definió el equipo de ajedrez que representará a la PUCP en la Universiada 2010 (nota principal) / Empezó la Copa Católica (vóley) /

Fotonoticia: Kung Fu en la PUCP / Polidatos (resumen de la actividad deportiva semanal relacionada a la PUCP)

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

21 de mayo del 2012

NEO N° 43:

Doble filtro: Un grupo de profesores de la PUCP desarrolla un método para purificar agua con hidrogeles y carbones activados preparados a partir de residuos de frutos amazónicos.

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

PuntoEdu N° 244:

NOTICIAS: Reflexiones sobre desarrollo sostenible sirven de antesala a Río+20 (nota principal)

Redactor: Diego Grimaldo

Editora: Rosario Yori

DEPORTES: En sus veinte. Antesala de los Juegos Interfacultades 2012 (nota principal / página completa)

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

Siempre temí a que el poco tiempo para la elaboración de *NEO* pudiera limitar mi capacidad de respuesta como editor del suplemento ante la eventual caída de un tema, en desmedro de su calidad, así como la calidad misma del texto a publicarse. Esto, junto al limitado tiempo de las fuentes (los profesores de la universidad) o su poca disposición para proporcionar contenidos, era un constante riesgo y contribuía a que los cierres fueran complicados.

Una vez asignado el tema, el redactor asignado a *NEO* –que podía ser yo– debía coordinar con las fuentes que fueran necesarias la realización de entrevistas y, a su vez, la toma de fotografías. Con la venia del editor (o por mandato del mismo), definía cuales de estas se utilizarían como base para la redacción del texto principal o como figura para la sección “La entrevista” y qué se destacaría en la infografía y en las secciones “La web” y “El libro”. Como editor de *NEO*, por mi parte, me encargaba de buscar el contenido que ingresaría a la sección “Neocampus” el mismo día del cierre (jueves). Pese a que se incluía mi correo electrónico en dicha página para que los miembros de la comunidad universitaria se pusieran en contacto conmigo con el fin de publicitar sus eventos o actividades en esta sección, nunca recibí una sola solicitud de cobertura por dicha vía. Su contenido, en todo

caso, era trabajado por mí en un 75% a partir de información procedente de páginas web dedicadas a la divulgación de la actividad científica y que, poco a poco, fueron formando parte de una base de datos sobre la cual apoyarme.

Un problema adicional con las fuentes podía ocurrir cuando se planeaba la divulgación de un tema basado en un proyecto realizado por un solo investigador, como ocurrió con el número 18 de *NEO*, “Algoritmos contra el cáncer”, el segundo que tuve a mi cargo como editor del suplemento. Conforme fui recibiendo los textos para la publicación, me di cuenta que tanto el texto principal como “La entrevista” tenían como base la misma fuente, hecho que nunca me fue comunicado por el redactor hasta la entrega de estos. A día y medio del cierre, tuve que tomar la decisión de mantener el tema y cerrarlo tal y como estaba. Esta situación me hizo preguntarme, posteriormente, qué podría hacerse en casos similares en el futuro. La respuesta fue plantear que el investigador principal sea la fuente para el texto principal y que “La entrevista” sea usada para que algún otro investigador, quizá ajeno al proyecto tratado en el suplemento, pero especialista en el tema; por ejemplo, realice comentarios sobre el mismo y destaque su importancia.

5.2.3.1.3 Fotos, maquetación y diseño

A medida que, como editor de *NEO*, recibía los textos de manos del redactor asignado –en formato word y vía correo electrónico– y los iba editando, estos, a su vez, eran enviados por mí al área de Diseño Gráfico, que se encargaba de la maquetación y del diseño del suplemento. Aquí ocurría algo similar a lo que pasaba con la cantidad de personal disponible para la redacción, pues el diseñador asignado para esta labor es el mismo que se encarga del diseño y maquetación de *PuntoEdu*. En ese sentido, de ocurrir

algún retraso con la edición de *NEO*, esto podía perjudicar al semanario, que entraba (entra) en proceso de diagramación los miércoles. De haberla, el mismo diseñador se encargaba, a su vez, de la infografía a publicarse en las páginas centrales del suplemento, por lo que un retraso de la fuente al dar la información necesaria para la infografía al redactor o del redactor en brindarle ésta al diseñador podía llegar a ser sumamente malo y retrasar todo el proceso de publicación (una vez más, de *NEO* y *PuntoEdu*). En paralelo, el jefe del equipo de fotografía enviaba al área de Diseño Gráfico las imágenes necesarias, la mayoría –sino todas– realizadas a partir de un trabajo de coordinación realizado por el redactor con las fuentes. Su filtro era (es) el editor de *NEO* (yo) y el diseñador a cargo del suplemento. Lamentablemente, respecto a este punto, como lo detallé anteriormente, no siempre se contó con buenas imágenes.

5.2.3.1.4 La edición propiamente dicha

Pese a que los redactores contaban con 9 días hábiles para la coordinación con las fuentes y la redacción de sus textos, estos eran entregados por partes (según la distribución del suplemento), faltando 4 días para el cierre. Una vez recibidos, me encargaba de editarlos y enviarlos al área de Diseño Gráfico, efectuando, en el proceso, una primera corrección de estilo.

Según la lista de procesos aprobados de producción gráfica para *PuntoEdu* impreso y sus suplementos⁸⁸, una vez diagramada una página (o varias páginas relacionadas a una determinada sección de *NEO*) el diseñador la asignaba para que pudieran ser editadas en el programa InCopy por el editor. Esto se hacía luego que las páginas quedaron listas; es

⁸⁸ Ver Anexo 2: Procesos aprobados de producción gráfica para *PuntoEdu* impreso y suplementos

decir, diagramadas con todo el material proporcionado. En este paso, podían quedar por terminar detalles del texto que estuviesen incompletos o que necesitaran ser cortados por ser muy extensos. De este segundo trabajo de corrección y edición –o de “retoque”, como diría Clauso–, desde luego, me encargaba como editor.

Lista la página, “cuadrada” con sus respectivos textos, imágenes y despieces; esta era impresa y entregada al área de Corrección de Estilo, la cual, como indica Ferré, se encarga de corregir, entre otros, aspectos gramaticales, faltas, errores de información o de coherencia. Una vez se detectaban los errores y se definían los cambios, como editor de *NEO* los ingresaba mediante el programa de edición (InCopy). Tras repetir este proceso con cada sección de *NEO*, el suplemento completo era revisado por la editora de *PuntoEdu* y, eventualmente, por el director y la directora adjunta de la DCI. De recomendar algún cambio, una vez más, como editor echaba mano del Incopy para introducirlo. Tras ello, el documento completo (impreso, con el fin de agilizar su cobertura) era revisado nuevamente por Corrección de Estilo para asegurar que todos los cambios se hayan introducido adecuadamente y, finalmente, ordenaba su envío (en formato pdf⁸⁹) a la imprenta.

5.2.3.2 Segundo rediseño

5.2.3.2.1 El contenido

A diferencia de lo que ocurrió en el periodo 2010-2012, las solicitudes de cobertura de las distintas unidades de la Pontificia Universidad Católica del Perú llegan a la DCI a través de la Guía de Comunicación PUCP. De igual manera, algunas de estas llegan a través del correo de *PuntoEdu*, *PuntoEdu* web, de las cuentas de correo electrónico del personal de

⁸⁹ *Portable document format*

prensa interna o del editor de *NEO*, aunque la mayoría ingresa por el canal mencionado anteriormente. Pese a que la vía informal sigue siendo una fuente rica para la obtención de contenidos, el crecimiento del Vicerrectorado de Investigación permite, actualmente, contar con una fuente confiable sobre los proyectos en materia de I+D+i que se generan en la PUCP. Esta mejora se dio, principalmente, a mediados del año 2014, cuando el VRI contrató personal abocado en mejorar su propia área de comunicaciones y con el lanzamiento en septiembre del *Catálogo de Grupos de Investigación 2014-2016*, fuente de consulta sobre los grupos de investigación de la universidad con los que potencialmente el editor de *NEO* puede ponerse en contacto para la obtención de temas a divulgar, algo que normalmente hacía. Adicionalmente, repetí mi intención de pactar, a inicios de cada semestre académico, reuniones con el decano de la Facultad de Ciencias e Ingeniería, jefes de Departamento (de Ingeniería y de Ciencias) y coordinadores de sección de las diferentes especialidades de la Facultad de Ciencias e Ingeniería. Lamentablemente, como ocurrió en el pasado, sus respuestas fueron limitadas. Por el contrario, sí hubo mejor réplica cuando planteé este mismo tipo de solicitud a los jefes de los centros e institutos de investigación de la PUCP o a sus unidades de comunicación. Prueba de este acercamiento, fue el tema tratado en el primer número del año, en el número 69 del suplemento: “El grupo de investigación Carbón Biomasa de la PUCP desarrolla un tipo de combustible, 100% ecológico y renovable, elaborado a partir de los residuos de la industria cañera”. Este fue proporcionado por el Instituto de Ciencias de la Naturaleza, Territorio y Energías Renovables (INTE-PUCP), que antes del inicio del semestre 2014-1 me envió una lista con los proyectos que estaban desarrollando sus grupos adscritos de investigación. Mi labor como *gatekeeper* hizo el resto.

En relación a los contenidos publicados, durante este primer año del segundo rediseño de *NEO* se incluyeron inventos, investigaciones y aplicaciones, dejándose de lado la promoción de eventos organizados por la PUCP relacionados a I+D+i, labor que recayó únicamente en *PuntoEdu*, a través de su página de Investigación. Esto se decidió por la poca cantidad de suplementos programados a lo largo del año y a su formato: no era (es) conveniente dedicarle 12 páginas de cobertura a un evento que fácilmente podía impulsarse en el semanario o, de ser el caso, en *Q*. Una vez más, privilegié los temas que tuvieran aplicaciones prácticas sobre los teóricos. Quizá la única excepción a esta regla fue el número 75, en el que se recordó lo ocurrido el 21 de noviembre del 2013, cuando la Pontificia Universidad Católica del Perú logró lanzar al espacio dos satélites. El carácter histórico de este hecho y su impacto en la comunidad científica nacional fue determinante para considerarlo como uno de los ocho temas a tratar por *NEO* en el año.

5.2.3.2.2 La asignación de temas

Programar un número mensual brinda mayor tiempo, tanto para la gestión de su contenido como para la organización del mismo. Esa, al menos, es la idea. Una vez se definió el segundo rediseño de *NEO* y el cambio en su cantidad de páginas y periodicidad, por extensión se consideró una cantidad mayor en cuanto al tiempo de cierre de la publicación, pasando –entre número y número– de 9 días hábiles para su elaboración a cerca de 24. En este caso, la asignación periodística la he realizado, por lo general, cuando se define el tema sobre el cual tratará el suplemento y esto puede ocurrir hasta dos meses antes de su publicación. Tal como ocurrió en el periodo 2010-2012, la asignación periodística se lleva a cabo en coordinación con la editora de *PuntoEdu*, tras un diálogo

previo –informal– con el redactor (que se confirma posteriormente por el mismo medio). Esto, a su vez, se confirma durante la Reunión de contenidos DCI, a la que asisto desde inicios del 2014 y en la que, como editor de *NEO*, expongo los contenidos programados.

En esta nueva etapa del suplemento, no ha habido cambios respecto a los deberes del personal a disposición, pues este también se encarga del semanario y su suplemento *Q*. Con un miembro más en la redacción durante el 2014 (4 redactores a cargo de 2 subeditores y una editora), la asignación periodística de *NEO* ha podido variar en redactores, lo que le ha dado frescura a cada número. Desde luego, en diferentes oportunidades el redactor de *NEO* terminó siendo su propio editor (es decir, yo), pues sus funciones lo colocan como redactor y subeditor de *PuntoEdu*, siendo importante su especialización en el tratamiento de temas de I+D+i.

28 de abril del 2014

NEO N° 70:

Fina muestra: Un grupo formado por profesores y alumnos de la PUCP creó un equipo que reduce las posibilidades de brindar un diagnóstico errado de la tuberculosis y el contagio del personal médico

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

PuntoEdu N° 307:

NOTICIAS: Beneficios para la comunidad PUCP en Plaza San Miguel

Redactor: Diego Grimaldo

Editora: María Paz de la Cruz

INVESTIGACIÓN: Enseñar y aprender. Ganadores del Fondo Concursable para la Innovación en la Docencia Universitaria (nota principal) / Convocatoria Concurso Nacional de Invenciones 2014 / Fotonoticia: Primer encuentro de ganadores de becas de estudio e investigación del IRA

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

6 de octubre del 2014

NEO N° 74:

Universo de posibilidades: El versátil uso de la nanotecnología se investiga en la PUCP. Para muestra, dos aplicaciones de esta en el campo de la biomedicina: un sensor para el diagnóstico de la TBC y un nanocompuesto que planea usarse en implantes óseos.

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

PuntoEdu N° 324:

INVESTIGACIÓN: Desarrollo de talento. La Dra. Sheyla Blumen, coordinadora del grupo Crea Talentum, viajó a Eslovenia para participar en el Congreso Europeo de Altas

Capacidades 2014 (nota principal) / Últimas días para postular a los Periodos de Investigación / Becas de estudio de doctorado del Concytec

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

Si bien en este periodo, la rutina informativa para la elaboración de *PuntoEdu* y *Q*, condicionó también la disponibilidad del equipo de redacción de la Dirección de Comunicación Institucional, en muy pocas oportunidades tuve problemas para coordinar la asignación de algunos de sus miembros como redactores de *NEO* cuando se les requirió. Salvo un incidente con el número 74, prever las ediciones con tiempo ayudó, además, a paliar cualquier situación que pudiera atentar contra la calidad de la publicación o con su tiempo de cierre.

Tras ser asignado el tema, las responsabilidades del redactor a cargo son exactamente iguales a las que tenía en el periodo de *NEO* 2010-2012, es decir: coordinación con las fuentes para la realización de entrevistas y fotografías, definición de los contenidos de las diferentes secciones del suplemento (en coordinación conmigo) y, desde luego, la redacción de los textos a incluirse en el suplemento y su entrega en el tiempo establecido por el editor.

Respecto a lo ocurrido con el número 74 (la edición del mes de octubre), quien escribe fue tanto redactor como editor del mismo. Pese a que el tema había sido programado con un mes de antelación, en coordinación con la fuente principal, un especialista en

nanotecnología para aplicaciones biomédicas, un repentino accidente de este lo puso en cama e hizo peligrar la publicación del *NEO*. Afortunadamente, el lunes previo a la semana de cierre, el docente, ya recuperado, se comunicó conmigo y ese mismo día se programaron las entrevistas necesarias y la toma de fotografías relacionadas a su proyecto de investigación, lo que se complementó a la información que me había proporcionado previamente para la elaboración de la infografía, en particular, y del suplemento, en general. Esto ocurrió justo cuando estaba a punto de tomar la decisión de adelantar el tema que, finalmente, sería tratado en el número 76 y que ya había asignado a otro redactor. Era importante contar con los textos redactados y las fotos esa misma semana, pues –como detallaré en el punto siguiente– la maquetación y el diseño de dicho número solo podía realizarse el fin de semana inmediato.

5.2.3.2.3 Fotos, maquetación y diseño

Los procesos de maquetación y diseño del suplemento no variaron en lo absoluto, pues el editor envía al área de Diseño Gráfico los textos editados recibidos por el redactor asignado, algo similar a lo que ocurre con las imágenes enviadas a esa misma área por el personal de Fotografía. Cabe destacar que tres de los ocho números de *NEO* publicados el 2014 fueron maquetados y diagramados por un especialista externo, quien trabajaba todo el suplemento el fin de semana previo a la semana de cierre (incluyendo la infografía). Este factor, que liberó a diseñador de *PuntoEdu* de su labor de diseñador de *NEO*, agilizó el cierre de dichas ediciones, el cual se llevó a cabo dos días antes (martes) del máximo día posible (jueves) y, en algunos casos, tres días antes (lunes). Esto ocurrió, por ejemplo, con

el número 76, “Universo de posibilidades”. Estas circunstancias no me generaron mayores problemas ni al diagramador, según detalla Polo Best:

El cierre de diagramación de *NEO* –en mi experiencia, cuando me tocó realizarlo– no ha sido complicado, pues lo he diagramado desde mi casa. El editor me envió el material vía Dropbox perfectamente ordenado (texto y fotos en sus respectivas carpetas). Lo que puede demorar un poco más es la realización de la infografía, pues para eso, en algunos casos, tuve que reunirme con el redactor asignado días antes del cierre y ver de qué trataba el tema y el material gráfico con el que contábamos⁹⁰.

5.2.3.2.4 La edición propiamente dicha

El proceso de edición no varió mucho respecto al que se llevaba a cabo durante el periodo 2010-2012, salvo en el tiempo para el cierre que, como ya lo detallé antes, pasó de nueve días hábiles a cerca de 24. En cuanto a la salida del suplemento, los números de la primera mitad del año (semestre 2010-1) fueron publicados los últimos lunes del mes en el que habían sido programados, algo que cambió en la segunda mitad del año (semestre 2010-2), lanzándose durante los primeros lunes del mes en el que habían sido programados. Esta situación varió, además, en noviembre, mes en el que se publicaron los números 75 y 76, ya que el último *PuntoEdu* del 2014 fue publicado el 1 de diciembre y no podía acompañarse de ninguno de sus suplementos al tratarse de una edición especial (resumen del 2014). Por este motivo, la edición de diciembre de *NEO* se adelantó una semana (24 de noviembre del 2014). No tuve problema en los cierres de ambos suplementos porque se programaron con anticipación.

⁹⁰ Ver Anexo 4

CAPÍTULO VI

BALANCE DE LA EXPERIENCIA

6.1 Lecciones aprendidas

Como redactor de *PuntoEdu* me limitaba a proponer temas para las ediciones inmediatas venideras, mas no era competencia mía pensar en la planificación del mismo. Como su subeditor; encargado, primero, de su sección de Deportes y, posteriormente, de su sección Investigación; aprendí a proyectarme, es decir, a planificar y pensar en los contenidos que tendrían a bien publicarse en números posteriores a los inmediatos. Esto, al convertirme en editor del suplemento *NEO* se vio potenciado. Puedo afirmar, entendiendo lo ocurrido, que el desarrollo de esta visión de futuro fue determinante para el correcto desempeño de mis funciones.

Puedo señalar, además, que como editor de una publicación institucional aprendí a lidiar con tipos de fuente que no había tenido la oportunidad de enfrentar a lo largo de mi vida profesional y a quienes, a su vez, servía, pues *NEO* –en líneas generales– es un canal para la promoción de la actividad de las mismas: los profesores de la PUCP, sus autoridades, su comunidad académica; cada cual con sus propias particularidades, visiones y necesidades, las cuales tienen que ser satisfechas sin enfrentar unas con otras.

Tras ser el editor de *NEO* en el periodo 2010-2012 aprendí la importancia de contar con planes alternativos, por ejemplo, en el caso que un tema programado tuviese que ser reemplazado por otro, pese a que la elaboración de este tipo de alternativas fuera complicado debido al limitado personal con el que contaba la DCI, en redacción, al periodo

de cierre de sus productos de comunicación. Esta experiencia, fue volcada durante mi retorno como editor del suplemento el año 2014 en el que, finalmente, sí podía contar con planes alternativos y con la posibilidad de programar el contenido de los números con meses de anticipación. Pese a ello, el número de redactores disponibles para llevarlos a cabo, también limitado, me llevó a hacerme cargo de la redacción de algunos números (tal como había ocurrido antes), algo no recomendable, pues tener un redactor-editor incrementa las posibilidades de error (ya que, coloquialmente hablando, “la edición pasa por un par de ojos menos”).

Estas restricciones causadas por tener poco personal disponible también pudieron sentirse en el área de Diseño Gráfico. Prueba de ello fue que cuando se tercerizó la maquetación y el diseño de *NEO* se cerró el suplemento sin contratiempos, con tiempo de sobra. En general, creo que es importante –a partir del trabajo desarrollado– contar con personal calificado que pueda comprender y, por sí mismo, generar alternativas de solución en el caso de presentarse cualquier problema (con las fuentes, con los tiempos, con los temas, etc.), es decir, con redactores, fotógrafos y diseñadores en los que un editor pueda confiar. Esto amerita no solo potenciar las capacidades de estos, sino una adecuada y continúa comunicación, la motivación, y la claridad en los tiempos de entrega y trabajo.

A diferencia de lo que ocurrió en el periodo 2010-2012, las solicitudes de cobertura de las distintas unidades de la Pontificia Universidad Católica del Perú llegan en la actualidad a la DCI a través de la Guía de Comunicación PUCP, lo cual es de gran ayuda para efectos de contar con fuentes constantes de contenidos. Esto es un alivio, definitivamente, para *PuntoEdu* y *Q*, pero no necesariamente para *NEO*, que podría haber sacado provecho de

ello de mantener la sección “Neocampus”. Lamentablemente, la obtención de temas en materia de I+D+i en la PUCP están supeditadas a la información que pueden proporcionar, *grosso modo*, el Vicerrectorado de Investigación, el decano de la Facultad de Ciencias e Ingeniería, los jefes de Departamento (de Ingeniería y de Ciencias), los coordinadores de sección de las diferentes especialidades de la Facultad de Ciencias e Ingeniería, y los jefes de los centros e institutos de investigación de la PUCP, autoridades que no siempre pueden o tienen la voluntad de brindar ayuda (y que paradójicamente opinan lo mismo de la DCI). Sobre esto, (re)aprendí que es bueno siempre insistir y no dar nada por sentado. Afortunadamente, el crecimiento del VRI (que incorporó el 2014 un comunicador social a sus filas) y herramientas como el *Catálogo de Grupos de Investigación 2014-2016* han mejorado esta situación, así como el crecimiento *per se* de *NEO*, en donde cada vez más profesores quieren tener un espacio para la difusión de sus proyectos y labor.

6.2 Hallazgos

La importancia de los detalles. A medida que sistematizaba mi actividad profesional y redactaba el presente informe, reforzaba la idea de que el proceso de edición es buscar la perfección en los textos, las imágenes y la forma en que estos serán presentados considerando como importante cada detalle de la publicación, desde la paginación hasta el color de bolos. De nada sirve un texto bien redactado si es que el paquete en el que es mostrado no es atractivo. De igual forma, un buen diseño se desperdicia si la calidad de los textos que le nutren es limitada. Asimismo, de nada sirve lograr publicar un número sobresaliente y descuidar el siguiente. Cada edición de una publicación es un cuento nuevo.

6.3 Tareas pendientes respecto al análisis de la experiencia

Si bien lo he mencionado, no he considerado la problemática relacionada a mi labor como editor de contenidos de investigación de la Dirección de Comunicación Institucional de la PUCP y cómo esta se relaciona –o colisiona– con las de los editores de los diferentes productos de la DCI o cómo esto ayuda a la cobertura de contenidos para *NEO*, contenidos que, por cierto, no he analizado, pues no fue el fin del presente informe. Tampoco me enfoqué en el periodismo científico o el institucional, pues el fin del presente informe estuvo siempre relacionado a mi labor como editor y no a mi trabajo como redactor.

6.4 Aportes

6.4.1 A nivel Teórico-Conceptual

La sistematización de mi experiencia como editor del *NEO* brinda un claro ejemplo sobre cómo el cambio de diseño de un periódico puede mejorar no solo la calidad del mismo, sino la de sus procesos y rutinas de trabajo. Brinda conceptos útiles sobre diseño, edición y, desde luego, rutinas informativas. El caso es de especial interés porque se trata de una publicación institucional sobre investigación, tecnología e innovación relativa a un país donde hace falta la difusión de información relacionada a dichos temas.

6.4.2 A nivel Profesional

A partir de la sistematización realizada, espero que la edición del suplemento *NEO* pueda llevar a ser más eficiente, no solo en cuanto a la programación de contenidos, sino en cuanto al perfeccionamiento de los procesos seguidos para su publicación.

6.4.3 A nivel Instrumental

La sistematización de mi experiencia puede servir de guía para la edición de *NEO*. Desde un punto de vista técnico, podría elaborarse un manual sobre las dinámicas de edición del suplemento, algo similar al documento de procesos aprobados de producción gráfica para *PuntoEdu* impreso y suplementos⁹¹.

6.4.4 A nivel Social

La relación entre el editor de *NEO* y las fuentes a través de las cuales éste se nutre de contenidos para la publicación han sido descritas, así como las labores de los redactores del suplemento. A partir de su reflexión, ambas podrían mejorarse.

⁹¹ Anexo 2

CONCLUSIONES

- Cambiar el diseño de un periódico puede mejorar la calidad del mismo y la de sus procesos y rutinas de trabajo. Esto es importante para lograr una mayor cantidad de lectores y posicionar al medio dentro del contexto en el que se difunde.
- La decisión de llevar a cabo el primer rediseño de *NEO* se debió a la necesidad de brindarle al suplemento una personalidad distinta a la de *PuntoEdu* diferenciándolo del mismo. Por otro lado, la decisión de llevar a cabo el segundo rediseño se debió a la necesidad de diferenciarlo del otro suplemento de *PuntoEdu*, *Q*, mejorando su calidad, su presentación y su periodicidad.
- Es importante, para la toma de decisiones que puedan afectar a ese nivel un medio de comunicación, apoyarse en un trabajo de investigación (de mercado) o en la opinión de especialistas vinculados –mas no relacionados– al medio, tal como se realizó antes del segundo rediseño de *NEO*.
- A diferencia de lo ocurrido tras el primer rediseño del suplemento, el diseño de *NEO*, actualmente, es fijo. Salvo pequeños agregados (como nuevos despieces), éste no sufre alteración alguna y se respetan sus secciones. Esta nueva configuración del suplemento le brinda orden. Define su estilo.
- El editor de *NEO* cumple una función de *gatekeeper* de la información que se genera en la Pontificia Universidad Católica del Perú sobre I+D+i, pero no es el único filtro

por la que esta pasa. Otras de sus funciones son “buscar” contenidos en materia de investigación, tecnología e innovación en la PUCP; la asignación periodística, y la edición (propriadamente dicha). Esta última implica un trabajo detallado basado en el estilo del medio y su línea editorial y la coordinación del mismo con los redactores, fotógrafos, el área de Diseño Gráfico y el área de Corrección de Estilo. Asimismo, se encarga de que el producto final sea aprobado por sus superiores (la editora de *PuntoEdu*, la directora adjunta de la DCI y el director de la DCI) antes de ser impreso.

- Son fuentes básicas para la “búsqueda” de contenidos de *NEO*: el Vicerrectorado de Investigación, el decano de la Facultad de Ciencias e Ingeniería, los jefes de Departamento (de Ingeniería y de Ciencias), los coordinadores de sección de las diferentes especialidades de la Facultad de Ciencias e Ingeniería, y los jefes de los centros e institutos de investigación de la PUCP en el momento en el que se basa el presente informe profesional.

- La gestión de los contenidos del suplemento mejoró cuando se cambió su periodicidad y se definió que serían publicados ocho ediciones al año, brindando un tiempo, entre número y número, de cerca de 24 días para cerrar cada número. Las fotografías también mejoraron por ese mismo motivo. Puede decirse que no fue el nuevo diseño *per se* lo que perfeccionó esta situación, sino el paso de ser una publicación quincenal a una mensual.

- Las rutinas informativas para la edición de *NEO* (salvo en la prolongación del tiempo de cierre) no fueron alteradas en relación al periodo 2010-2012 al periodo 2014. El trato y la dinámica con los redactores del suplemento y la editora de *PuntoEdu*, tampoco. Esta disposición ayuda a tener un flujo de trabajo estable que debería respetarse. Por ejemplo, tal como ocurría en el periodo 2010-2012, la asignación periodística se lleva a cabo en coordinación con la editora de *PuntoEdu*, tras un diálogo previo –informal– con el redactor. Asimismo, la aprobación de los temas a publicarse (por parte de la editora del semanario) se hace de la misma forma.

- *NEO* tiene gran potencial como suplemento de investigación, tecnología e innovación, pues se circunscribe al mundo universitario, generador de dichos contenidos por excelencia. Se constituye como difusor de temas de I+D+I y su existencia es necesaria dentro del contexto nacional, donde no existen muchas publicaciones en su tipo.

- La experiencia profesional me ayudó a mejorar mis habilidades como editor (de un medio impreso). En esa línea, y gracias a lo aprendido, creo que dos de las cualidades fundamentales que un buen editor debe tener es don de mando y la capacidad de presionar al personal a su cargo sin llegar a abrumarlos. Si bien muchos de los problemas que se tuvieron durante la publicación de *NEO* antes de su segundo rediseño se debieron al poco tiempo con el que disponían los redactores asignados, estos pudieron haberse paliado si se les hubiera presionado con algo de ahínco. Por otro lado, la condición de redactor-editor que muchas veces asumí respecto al

suplemento pudo haber hecho peligrar la calidad del mismo. Esta, sin duda, no es una situación ideal.

RECOMENDACIONES

- El diseño del suplemento *NEO*, actualmente, está definido y, por lo tanto, no debería alterarse de ninguna manera con el correr de sus ediciones, pues podría correrse el riesgo de perder posicionamiento entre sus lectores.
- Es conveniente evitar la labor de redactor-editor realizada por el editor de *NEO*, ya que esto puede afectar la calidad del periódico.
- El editor de *NEO* puede (debe) utilizar los periodos en los que la Dirección de Comunicación Institucional no realiza publicaciones periódicas (antes del inicio de los semestres académicos) para buscar contenidos en I+D+i.
- Es importante tener una buena relación con las fuentes, en general, cuando se desarrolla periodismo institucional (en este caso, dentro de una universidad), pues además de brindar contenidos a considerar, son, a su vez, el público al cual hay que satisfacer. Respecto a *NEO*, pese a su poca disposición por ayudar –en algunos casos– el editor no debería romper ningún vínculo con sus fuentes y, por el contrario, seguir insistiendo en programar reuniones con ellas para no romper el formalismo y mantener la cercanía (por contradictorio que ello pueda resultar). Una buena alternativa es mantener el contacto con los miembros de sus oficinas de comunicaciones (en caso las tengan).

- Considero que es posible elevar la calidad del producto vinculando su contenido con la página electrónica de *PuntoEdu*. Por ejemplo, podrían trabajarse en paralelo videos o entrevistas que complementen en línea lo que ofrece *NEO* en sus 12 páginas. Es necesario, hoy en día, enfatizar en los productos digitales.
- Personalmente, creo que sería conveniente definir mejor mis labores como redactor y subeditor de *PuntoEdu*, editor de *NEO* y editor de contenidos de investigación de la DCI, para que estas no entren en conflicto. Sería importante que estas figuren dentro del Manual de Organización y Funciones (MOF) de la Dirección de Comunicación Institucional.
- A aquellos lectores que deseen dedicarse a la edición periodística o que ya se encuentren desempeñando dicha labor, les recomendaría bregar por mantener un buen trato con sus superiores y, en especial, con sus subordinados, pues un buen clima laboral es fundamental para mejorar el rendimiento. Un buen editor debe de ser capaz de trabajar bajo presión, ser claro en sus indicaciones y pedidos, brindar –y aceptar– ideas que ayuden a incrementar la calidad de la publicación y, en especial, de innovar.
- Recomendaría que la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos incluyera un curso sobre producción editorial en su plan de estudios.

BIBLIOGRAFÍA

ACOSTA PEÑA, Raúl Alberto. “Producción y circulación de la noticia: el newsmaking”, Chasqui, número 123, septiembre del 2013, pp. 64-75.

ALSINA, Miquel Rodrigo. *La construcción de la noticia*, Paidós Comunicación, Barcelona, España, 1989, pp. 208.

ARESO, Diego. “El proceso de rediseño”, Universidad Carlos III, <http://issuu.com/diegoareso/docs/uc3mredisenos>, consultado el 05 de noviembre del 2014.

ARMENTIA VIZUETE, José Ignacio y José María CAMINOS MARCET. *Fundamentos de periodismo impreso*, Editorial Ariel, Barcelona 2003, pp.318.

BERMÚDEZ GARCÍA, Javier. “Investigación científica en el Perú: factor crítico de éxito para el desarrollo del país”, <http://revistas.upc.edu.pe/index.php/sinergia/article/view/130>, consultado el 19 de julio del 2014.

BOURDIEU, Pierre. “Une révolution conservatrice dans l’édition”, Actes de la recherche en sciences sociales, Número 126-127, pp. 3-28, 1999.

Buttry, Steve. “Cómo dirigir una reunión editorial que priorice los contenidos digitales de un medio”, <http://ijnet.org/es/blog/como-dirigir-una-reunion-editorial-que-priorice-los-contenidos-digitales-de-un-medio>, consultado el 09 de noviembre del 2014.

CANGA, J. *El diseño periodístico en la prensa diaria*, Bosch, Barcelona, 1994, pp. 192.

Castro, Aramís. “Las 10 universidades peruanas con mayor producción científica”, corresponsales.pe, <http://goo.gl/ERSLOa>, consultado el 30 de noviembre del 2014.

CERVANTES BARBA, Cecilia. “¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística?”, *Comunicación y sociedad*, México, 1994, pp. 97-126.

FERNÁNDEZ CAMILA, Belén. “Ver para leer. Tendencia de diseño en periódicos visuales”, Universidad de Palermo,
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2935.pdf, consultado el 03 de noviembre del 2014.

FERRÉ PAVIA, Carme. *Con faltas y a lo loco. ¿Qué es la edición periodística?*, Editorial UOC, Cataluña, pp. 192.

FERRER ESCALONA, Argelia. “¿Para qué son útiles los medios institucionales?”, *Revista Comunicar*, número 19, Huelva, España, páginas 77-79, 2002.

GARCÍA Mario R. “El rediseño del periódico: nueva vitalidad y nueva aproximación”. *Chasqui*, número 80, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, pp. 36-39. <http://www.redalyc.org/pdf/160/16008007.pdf>, consultado el 12 de octubre del 2014.

GARCÍA YRUELA, Jesús. *Tecnología de la comunicación e información escrita*, Editorial Síntesis, Madrid 2003, pp. 267.

GOMIS, Lorenzo. *Teoría de los géneros periodísticos*, OUCpress, Comunicación #1, Barcelona, 2008, pp. 218.

GRIMALDO, Diego. “¡Bienvenido, Mes de la investigación!”, *PuntoEdu*, Semanario Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Año 10, N° 321, Lima, 2014, pp. 12-13.

GRIMALDO, Diego. “Innovar para sobrevivir”, *PuntoEdu*, Semanario Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Año 5, N° 162, Lima, 2009, pp. 2-4.

GUILLAMET, Jaume. *Conocer la prensa. Introducción a su uso en la escuela*, Editorial Gustavo Pili, Barcelona, 1988, pp. 141.

LAVINE, John M. y Daniel B. WACKMAN. *Gestión de empresas informativas*. Ediciones Rialp, Madrid, 1992, pp. 448.

LECHA, Folc. “Debates sobre periodismo científico” (resumen del debate), Cuadernos de la Fundación Dr. Antonio Esteve N° 2, <http://www.raco.cat/index.php/QuadernsFDAE/issue/view/20990/showToc>, consultado el 1 de diciembre del 2014.

LOZANO, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Pearson, segunda edición, México, 2007, pp. 248.

LÓPEZ, Manuel. *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*, Paidós, primera edición, Barcelona, 1995, pp. 187.

LÓPEZ RODAS, Victoria. “Las intrincadas relaciones entre investigación, desarrollo e innovación con progreso y bienestar y la importancia de su divulgación”, *Circunstancia*, Año VI, N° 15, Enero del 2008.

MANJARRÉS HENRÍQUEZ, Liney y Antonio GUTIÉRREZ GRACIA, Ignacio FERNÁNDEZ DE LUCIO, Jaider VEGA JURADO. “El impacto económico de la investigación universitaria. El caso del Sistema Universitario Valenciano”, http://www4.ujaen.es/~emilioml/doctorado/guia_rapida_de_citas_apa.pdf, consultado el 29 de noviembre del 2014.

MARTÍNEZ-FRESNEDA OSORIO, Humberto. “El diseño periodístico, clave en la lectura crítica de la prensa”, *Comunicar*, n° 30, v. XV, 2008, pp. 179-184
MEF. “Perú: política de inversión pública en ciencia, tecnología e innovación. Prioridades, 2013-2020”, Ministerio de Economía y Finanzas del Perú, Lima, 2012, pp. 24.

MENDOZA MICHILLOT, María. *100 años de periodismo en el Perú 1949-2000. Historia de los medios de comunicación en el Perú: Siglo XX*, Fondo Editorial de la Universidad de Lima, volumen 2, Lima, 2013, pp.486.

Ministerio de Economía y Finanzas del Perú. *Perú: política de inversión pública en ciencia, tecnología e innovación*, Lima, Perú, 2012.

MORENO, Plácido. *Reinventando el periódico: una estrategia para la supervivencia de la prensa diaria*, EuroEditions, 2009.

Pontificia Universidad Católica del Perú. *Libro blanco*, Lima, Perú, segunda edición, 2011.

Pontificia Universidad Católica del Perú. *Plan estratégico Institucional 2011-2017: Hacia el centenario*, Lima, Perú, 2011.

Pontificia Universidad Católica del Perú. “PuntoEdu: Edición de colección”, PuntoEdu, Semanario Institucional de la PUCP, Año 9, N° 300, Lima, 2013, pp. 200.

ProExpansión. “Perú, entre los países que menos invierte en Investigación y Desarrollo”, Viernes, 31 de enero del 2014, consultado el 30 de noviembre del 2014.

SABÉS TURMO, Fernando y José Juan VERÓN LASSA. *La eficacia de lo sencillo. Introducción a la práctica del periodismo*, Comunicación Social, Sevilla, 2009, pp. 232.

TONARELY, Katie. “Composición y diseño del periodismo moderno y los periódicos”. EHow en español, http://www.ehowenespanol.com/composicion-diseno-del-periodismo-moderno-periodicos-info_209746, consultado el 30 de octubre del 2014.

WOLF, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Editorial Paidós, tercera reimpresión, Barcelona, 1996, pp. 293.

ZAVALA PALACIOS, Teodocia. “Los periodistas peruanos y la divulgación de la ciencia”, *Circunstancia*, Año VI, N° 15, enero del 2008.

Anexo 1

Material de análisis

Para efectos del presente análisis utilicé las siguientes publicaciones de la Dirección de Comunicación Institucional de la PUCP (revisadas en línea entre mayo y diciembre del 2014):

16 de marzo del 2009

NEO N° 1: Labor mineral: Con el fin de contribuir a la investigación en minería, la Católica y la empresa Rio Tinto inaugurarán este jueves 19 el moderno Laboratorio QEMSCAN, primero que se instala en una universidad peruana y sexto en Sudamérica. Se trata del más poderoso instrumento de procesamiento mineralógico disponible en la industria mundial.

Redactor: Kurth Mendoza

Editora: Carolina De Andrea

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/NEO1>

22 de marzo del 2010

NEO N° 17: La invención de los Uros: Alumnos y profesores de la Católica y de la Universidad Sadbk de Alemania sacaron adelante el Proyecto Totorá, iniciativa que retoma la milenaria técnica de los Uros para buscar soluciones en el siglo XXI.

Redactora: Rosario Yori

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/NEO17>

PuntoEdu N° 170:

DEPORTES: Yoga en movimiento. Curso de Tai Chi Chuan en la PUCP (nota principal) /

Fotonoticia: La PUCP en el Open Católica (tenis de mesa) / La PUCP ganó la Copa

Wallace Promoción (rugby) / Convocatoria para practicar vóley en la PUCP

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://issuu.com/puntoedu/docs/puntoedu170>

5 de abril del 2010

NEO N° 18: Algoritmos contra el cáncer: Benjamín Castañeda, profesor del Departamento de Ingeniería de la Católica, desarrolló un novedoso método para detectar *NEO*plasias malignas.

Redactor: David Pereda

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/NEO18>

PuntoEdu N° 172:

DEPORTES: A rodar la pelota. Empieza la XXXV edición de la Copa PUCP de fútbol (nota principal) / Preclasificatorio de ajedrez / Resultados del campeonato de futsal varones

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://issuu.com/puntoedu/docs/puntoedu172>

23 de agosto del 2010

NEO N° 24: Construcción inteligente: El seminario internacional Constructecnia 2010 trató este año sobre los sistemas Lean, Leed y BIM, que buscan mejorar la eficiencia y la sostenibilidad de la producción en construcción.

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/NEO24>

PuntoEdu N° 186:

DEPORTES: El equipo está listo. Se definió el equipo de ajedrez que representará a la PUCP en la Universiada 2010 (nota principal) / Empezó la Copa Católica (vóley) / Fotonoticia: Kung Fu en la PUCP / Polidatos (resumen de la actividad deportiva semanal relacionada a la PUCP)

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://issuu.com/puntoedu/docs/puntoedu186>

15 de noviembre del 2010

NEO N° 30: Claustro pleno (Especial de Derecho): Luego de cinco meses de trabajo, docentes, egresados y alumnos de Derecho presentarán las conclusiones que guiarán los próximos diez años de esta unidad académica.

Redactor: David Gavidia

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/NEO30>

PuntoEdu N° 198:

ESTUDIANTES: ¡Clasificamos al Mundial! Ganadores del concurso de programación ACM ICPC 2010 Latin America Regional (nota principal) / PUCP logró el tercer puesto en concurso de debate en Viña del Mar

Redactor: Diego Grimaldo

Editora: Rosario Yori

DEPORTES: Se terminó la fiesta. Fin de la Universiada 2010 (nota principal) / Participación de la PUCP (básquet, karate y atletismo)

Redactor: Gonzalo Silva

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://issuu.com/puntoedu/docs/puntoedu198>

21 de mayo del 2012

NEO N° 43: Doble filtro: Un grupo de profesores de la PUCP desarrolla un método para purificar agua con hidrogeles y carbones activados preparados a partir de residuos de frutos amazónicos.

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/NEO43>

PuntoEdu N° 244:

NOTICIAS: Reflexiones sobre desarrollo sostenible sirven de antesala a Río+20 (nota principal)

Redactor: Diego Grimaldo

Editora: Rosario Yori

DEPORTES: En sus veinte. Antesala de los Juegos Interfacultades 2012 (nota principal / página completa)

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/noticias/informe-sobre-violencia-juvenil>

31 de marzo del 2014

NEO N° 69: La chispa adecuada: El grupo de investigación Carbón Biomasa de la PUCP desarrolla un tipo de combustible, 100% ecológico y renovable, elaborado a partir de los residuos de la industria cañera.

Redactor: Carlos Franco

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/NEO69>

PuntoEdu N° 303:

INVESTIGACIÓN: Calor de hogar. Proyecto PUCP gana el Premio Odebrecht (nota principal) / Convocatoria Beca Aristóteles / Inventores PUCP viajan a Ginebra

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/puntoedu303>

28 de abril del 2014

NEO N° 70: Fina muestra: Un grupo formado por profesores y alumnos de la PUCP creó un equipo que reduce las posibilidades de brindar un diagnóstico errado de la tuberculosis y el contagio del personal médico

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/NEO70>

PuntoEdu N° 307:

NOTICIAS: Beneficios para la comunidad PUCP en Plaza San Miguel

Redactor: Diego Grimaldo

Editora: María Paz de la Cruz

INVESTIGACIÓN: Enseñar y aprender. Ganadores del Fondo Concursable para la Innovación en la Docencia Universitaria (nota principal) / Convocatoria Concurso Nacional de Invenciones 2014 / Fotonoticia: Primer encuentro de ganadores de becas de estudio e investigación del IRA

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/puntoedu307>

6 de octubre del 2014

NEO N° 74: Universo de posibilidades: El versátil uso de la nanotecnología se investiga en la PUCP. Para muestra, dos aplicaciones de esta en el campo de la biomedicina: un sensor para el diagnóstico de la TBC y un nanocompuesto que planea usarse en implantes óseos.

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/NEO74>

PuntoEdu N° 324:

INVESTIGACIÓN: Desarrollo de talento. La Dra. Sheyla Blumen, coordinadora del grupo Crea Talentum, viajó a Eslovenia para participar en el Congreso Europeo de Altas Capacidades 2014 (nota principal) / Últimas días para postular a los Periodos de Investigación / Becas de estudio de doctorado del Concytec

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/puntoedu324>

3 de noviembre del 2014

NEO N° 75: Un año en el espacio (edición de aniversario): Construidos en nuestra universidad, PUCP-Sat 1 y Pocket-PUCP fueron lanzados el 21 de noviembre del 2013 y se convirtieron en los primeros satélites peruanos puestos en órbita.

Redactor: Luis Yáñez

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/NEO75>

PuntoEdu N° 328:

INVESTIGACIÓN: Actividad inventiva. La PUCP obtuvo su patente número 14: se le otorgó en EE.UU. al equipo telemédico de soporte de vida para *NEO*atos críticos, un invento desarrollado por el grupo Gidems-PUCP (nota principal) / Becas para mujeres científicas / Fondo para docentes PUCP

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/puntoedu328>

24 de noviembre del 2014

NEO N° 76: Ingeniería natural: El desarrollo de materiales cada vez más eficientes puede lograrse gracias al estudio de las propiedades físicas de diversos productos naturales, como las escamas del paiche y de la carachama, llevado a cabo en la PUCP.

Redactor: Israel Guzmán

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/NEO76>

PuntoEdu N° 331:

INVESTIGACIÓN: Hacer un posdoctorado (nota principal)

Redactor: Carlos Franco

Editor: Diego Grimaldo

INVESTIGACIÓN: Global Innovation Found / Subvenciones Especiales a la Ciencia,
Tecnología e Innovación del Fondecyt / Cátedras Iheal

Redactor: Diego Grimaldo

Editor: Diego Grimaldo

Ubicación virtual: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/impresos/puntoedu331>

Anexo 2

Procesos aprobados de producción gráfica para *PuntoEdu* impreso y suplementos

1. Reunión de contenidos:

Editores, redactores y diseñadores participan de esta. Se realiza los días lunes.

2. Creación del índice:

Es elaborado por el editor. A partir de éste el diseñador crea las carpetas respectivas por página en el servidor “PUNTOEDU EDICIÓN”.

3. Flujo de texto:

El editor pasa los textos en Word a las respectivas carpetas según la página que le corresponde. Las coloca en la subcarpeta “Originales” o simplemente fuera de ellas para hacerse más visible. El diseñador debe, luego usarlos (copiar y pegar los textos), guardarlos siempre en su la carpeta respectiva de “originales”.

El diseñador debe estar permanentemente revisando estas carpetas para saber si hay algo nuevo para trabajar. Es fundamental mantener siempre una buena comunicación con el editor para estar al tanto y hacer fluido el trabajo.

4. Flujo de fotos/imágenes:

El editor fotográfico, o quien esté a cargo de estas funciones, pasa las fotos o imágenes que van a ilustrar las páginas. Estas son también almacenadas en la carpeta correspondiente según la página y en la subcarpeta “originales”.

Al igual que en el flujo de texto, el diseñador debe estar permanentemente revisando estas carpetas para saber si hay algo nuevo para trabajar. Es fundamental mantener siempre una buena comunicación con el editor fotográfico para estar al tanto y hacer fluido el trabajo.

5. Diagramación y retoque fotográfico:

Con todo el material proporcionado se diagraman las páginas en InDesign. Igualmente se retocan las imágenes en Photoshop con los perfiles de periódico respectivos. Las imágenes deben estar en CMYK, en 250 píxeles de resolución, al tamaño decidido para publicación; y en formato EPS principalmente o en PSD si es necesario. También se utilizan gráficos diseñados en Illustrator, que también serán importados o pegados a la página en InDesign.

6. Asignación de páginas:

El diseñador asigna las páginas para que puedan ser editadas en el programa InCopy por el editor. Esto se hace luego que las páginas quedaron listas; es decir, diagramadas con todo el material proporcionado. Cabe señalar que pueden quedar por terminar detalles del texto que estuviesen incompletos o que necesiten ser cortados por ser muy extensos.

7. Ajustes al diseño:

Luego de que los textos son editados en el InCopy, el diseñador debe revisar las páginas para verificar que se hayan hecho bien, y que no quedan textos incompletos, párrafos con “viudas”, etc. Incluso se puede variar, según sea el caso, y si es muy necesario, la diagramación.

8. Creación de PDF para imprenta:

El editor dará la orden cuando las páginas ya estén listas para imprenta; éstas deben haber pasado necesariamente por corrección de estilo, ya se han hecho las correcciones, e incluso tienen el visto bueno de los directores. Con esta orden se crea los PDF con los parámetros correspondientes “Rotativa PuntoEdu”. Todos los PDF creados van a una sola carpeta con el nombre de la edición.

Estos PDF se imprimen a color y pasan por una revisión final. En principio ya no deberían encontrarse errores, pero si estos son detectados, se corregirán y se creará un nuevo PDF, pero debemos asegurarnos de que este remplace al anterior.

9. Pasado de los PDF a imprenta:

Esta carpeta con los PDF finales pasa a un servidor FTP de Cecosami. La computadora Mac que tiene el servidor “PUNTOEDU EDICION” está programada para conectarse con ella. Este proceso toma unos minutos. Luego, se avisa al coordinador de imprenta (César Salinas), quien se comunicará con Cecosami para verificar que llegaron bien los archivos. Por ello, habrá que esperar un tiempo para esta confirmación.

10. Casos especiales:

Si se detectara, luego de pasar las páginas a imprenta, algún error grave, se harán las correcciones necesarias. Esto deberá ser comunicado necesariamente al coordinador de imprenta César Salinas, que está a cargo de esta etapa de la producción. Los archivos PDF que nuevos deberán tener un nombre que los haga ser identificados fácilmente. Ejm. “p1CAMBIO.pdf”. El diseñador también estará pendiente por si se presentara algún problema en esta etapa de pre prensa, y que no se pudiera solucionar allí mismo.

Anexo 3

Primer rediseño del suplemento *NEO*

Luis Amez⁹²

Inicialmente *NEO* ocupaba las páginas centrales del semanario *PuntoEdu*, cuyo tamaño es el de un tabloide (29 x 42 cm). Por ello mismo, se utilizaba un estilo de diseño muy parecido al de todo el periódico.

El primer gran cambio (de *NEO*) se presenta cuando se toma la decisión de reducir el tamaño de este suplemento a poco menos de la mitad (20.7 x 26 cm). El acabado sería también diferente, pues este estaría engrampado y refileado. Si bien se redujeron sus dimensiones a prácticamente la mitad, se aumentó, en la misma proporción, el número de páginas, es decir, pasó de tener 4 a 8.

Se plantea una echadura y la distribución del contenido queda establecido de la siguiente manera: primero está la portada (página 1); el desarrollo del tema principal en las páginas 2 y 3; la infografía o reportaje gráfico en las páginas centrales 4 y 5; la entrevista en la 6 y 7 y las noticias breves en la última página, la 8. Esta publicación es definida como monotemática, quedando solo la última página como el espacio donde se podían tratar otros temas, aunque muy brevemente.

⁹² Diseñador / Diagramador de la Dirección de Comunicación Institucional de la PUCP, responsable del primer rediseño del suplemento *NEO*

Los temas y el contenido de la publicación, en general, a manera de textos e imágenes, deben ser presentadas de la mejor manera y para ello el trabajo en diseño y diagramación es muy importante. Así, en el caso de *NEO*, este se define estableciéndose un estilo de diagramación, creando y utilizando piezas gráficas, determinando la proporción entre texto y foto, etc. Todo esto está íntimamente ligado y parte también de la elección de las fuentes tipográficas⁹³, de la paleta de colores elegidos⁹⁴ y las diferentes combinaciones entre ellas.

El nombre de la publicación, *NEO*, está resaltada en gran tamaño en la portada, sobre la foto, y en tamaño pequeño junto a la numeración de las páginas. Esta ha sido trabajada a manera de logotipo utilizando la fuente tipográfica OCR A Extended.

⁹³ EF / Interstate / OCR A Extended

⁹⁴ Azul: cyan 90%, magenta 50% / Verde: cyan 100%, yellow 100% / Verde limón: cyan 30%, yellow 100% / Amarillo anaranjado: magenta 20%, yellow 100% / Rojo: magenta 90%, yellow 100% / Marron: magenta 40%, yellow 50%, negro 40% / Celeste: cyan 60%

Anexo 4

Segundo rediseño del suplemento *NEO*

Polo Best⁹⁵

El objetivo del (segundo) rediseño de *NEO* fue, principalmente, aprovechar el nuevo tipo de papel brillante con el que se iba a publicar el suplemento. Esto permitiría aprovechar mejor el recurso de color. También fue necesario utilizar un nuevo concepto de fotografía mucho más impactante, así como una mejor elaboración de la infografía, que hasta entonces no contaba con un formato uniforme en cada edición.

Para la elaboración del rediseño hubo, en primera instancia, una reunión entre el editor y el diseñador. Se determinaron las secciones que iba a tener, así como los nombres de cada una de estas. El proceso duró aproximadamente un mes, pero cada día, antes de la entrega final a los directivos de la DCI, se les iba mostrando los avances del rediseño.

El formato utilizado no tuvo muchas alteraciones respecto al original. La tipografía Interstate es de una forma y bordes bastante claros y de rápido impacto. Esto nos permite usarla en sus diferentes variantes. Para el cuerpo de texto, la tipografía es Swift, que es fácil para leer. La paleta de colores consta de 5 tonos que tienen similar luminosidad lo que genera equilibrio. Los despieces utilizados nos ayudan a que la lectura respire, utilizando un número o frase mucho más grande. En el caso de las fotografías hay un cambio más radical tanto en el concepto de la foto como en el retoque. El logo de la revista se modificó,

⁹⁵ Diseñador / Diagramador *freelance*, responsable del segundo rediseño del suplemento *NEO*

ahora es mucho más moderno y bastante reconocible. Tiene tres colores que pueden intercambiarse con cada número. En general, las fotos, los colores y la tipografía son elementos que le dan ahora a *NEO* una identidad visual que no tenía en comparación al diseño anterior.

Por otro lado, el cierre de diagramación de *NEO* –en mi experiencia, cuando me tocó realizarlo– no ha sido complicado, pues lo he diagramado desde mi casa. El editor me envió el material vía Dropbox perfectamente ordenado (texto y fotos en sus respectivas carpetas). Lo que puede demorar un poco más es la realización de la infografía, pues para eso, en algunos casos, tuve que reunirme con el redactor asignado días antes del cierre y ver de qué trataba el tema y el material gráfico con el que contábamos.

Anexo 5

¿Cómo se hace *PuntoEdu*?

¿CÓMO SE HACE .edu?

DIBUJO Y DIAGRAMACIÓN: JUANCO

LUNES

9 AM. RECEPCIÓN DE SOLICITUDES
 LAS SOLICITUDES DE DIFUSIÓN DE EVENTOS SE INGRESAN A TRAVÉS DE LA GUÍA DE COMUNICACIÓN PUCP (WWW.PUCP.EDU/PE/SUMARIO/COMUNICACION). ESTAS SE CLASIFICAN Y ORGANIZAN PARA SU COBERTURA Y PUBLICACIÓN.

10 AM. EL PRIMER ÍNDICE
 EL EDITOR ARMA EL ÍNDICE TENTATIVO DE LOS CONTENIDOS DE *AVANCEPE*, *Q* Y *NEG*.

11 AM. REUNIÓN DEL EQUIPO
 LOS EDITORES, REDACTORES, DISEÑADORES Y FOTÓGRAFOS DISEÑAN LA COBERTURA DE LA SIGUIENTE EDICIÓN. SE INICIA EL PROCESO DE PRODUCCIÓN.

3 PM. REUNIÓN DEL CONSEJO EDITORIAL
 EL CONSEJO EDITORIAL DE *AVANCEPE*, CONFORMADO POR PROFESORES, UN REPRESENTANTE ESTUDANTIL ANTE LA ASAMBLEA, LOS EDITORES Y EL DIRECTOR DE LA DCI, SE REÚNE SEMANALMENTE PARA SY ALIAR LOS CONTENIDOS DEL PERIÓDICO. SE APRUEBA UN ÍNDICE FINAL.

EN PARALELO...

EL EQUIPO DE REDACTORES, FOTÓGRAFOS Y DISEÑADORES COORDINAN SUS ENTREVISTAS Y EMPIEZAN A HACER LAS NOTAS, FOTOS E ILUSTRACIONES.

LOS ILUSTRADORES CONVERSAN CON LOS REDACTORES Y EDITORES PARA GRAFICAR ALGUNAS NOTAS DEL NÚMERO.

SE HACE EL QUÉQUERAMA DEL SUPLEMENTO *Q*.

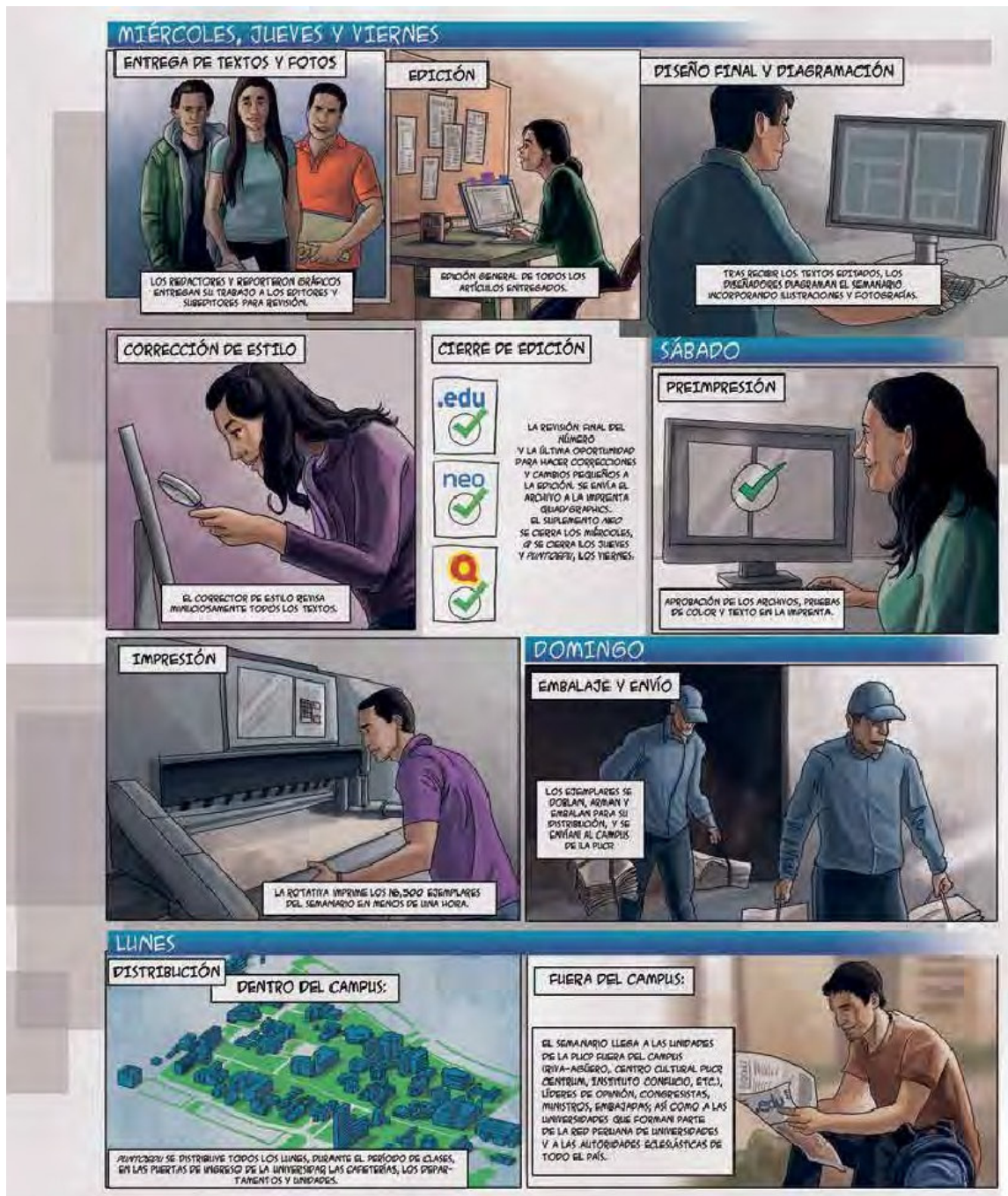
¡NUESTROS LECTORES ENVÍAN SUS APORTES AL PERIÓDICO: COLUMNAS DE OPINIÓN, CARTAS, FOTOGRAFÍAS, POEMAS Y ANUNCIOS PARA EL TABLÓN.

MARTES

8:30 AM. REUNIÓN DE CONTENIDOS - DCI
 LOS JEFES DE OPINIÓN, EDITORES Y SUBEDITORES DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL (DCI) REVISAN LAS SOLICITUDES RECIBIDAS A TRAVÉS DE LA GUÍA DE COMUNICACIÓN. SE CONFIRMA QUE TODOS LOS EVENTOS ESTÉN REPRESENTADOS EN ALGUNO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA PUCP PARA QUE SE DIFUNDIRAN A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA.

EN PARALELO...

CONTINÚA EL PROCESO DE REDACCIÓN, ENTREVISTAS Y REGISTRO FOTOGRAFICO MIENTRAS DISEÑO AVANZA EN ILUSTRACIONES Y DIAGRAMACIÓN.



Fuente: PuntoEdu, PUCP, Año 9, N° 300, Lima, 2013, páginas 8 y 9

Anexo 5

Relación de gráficas empleadas en el informe profesional

Gráfica 1: Número 1 del suplemento *NEO*

Gráfica 2: Primer número rediseñado del suplemento *NEO*

Gráfica 3: Primer número rediseñado del suplemento *NEO*, páginas 2 y 3

Gráfica 4: Primer número rediseñado del suplemento *NEO*, central

Gráfica 5: Primer número rediseñado del suplemento *NEO*, páginas 6 y 7

Gráfica 6: Primer número rediseñado del suplemento *NEO*, página final

Gráfica 7: Cambio de texto principal por columnas de opinión

Gráfica 8: Central con alteraciones sobre la idea original

Gráfica 9: Problema con las fotografías

Gráfica 10: Tipo de portada de *NEO* para su segundo rediseño

Gráfica 11: Segundo rediseño de *NEO*, páginas 2 y 3

Gráfica 12: Segundo rediseño de *NEO*, páginas 4 y 5

Gráfica 13: Segundo rediseño de *NEO*, páginas 6 y 7

Gráfica 14: Segundo rediseño de *NEO*, páginas 8 y 9

Gráfica 15: Segundo rediseño de *NEO*, páginas 10 y 11

Gráfica 16: Segundo rediseño de *NEO*, página final

Gráfica 17: Modelo de pieza empleada en el segundo rediseño de *NEO*, “Las pruebas”

Gráfica 18: Flujo de trabajo

