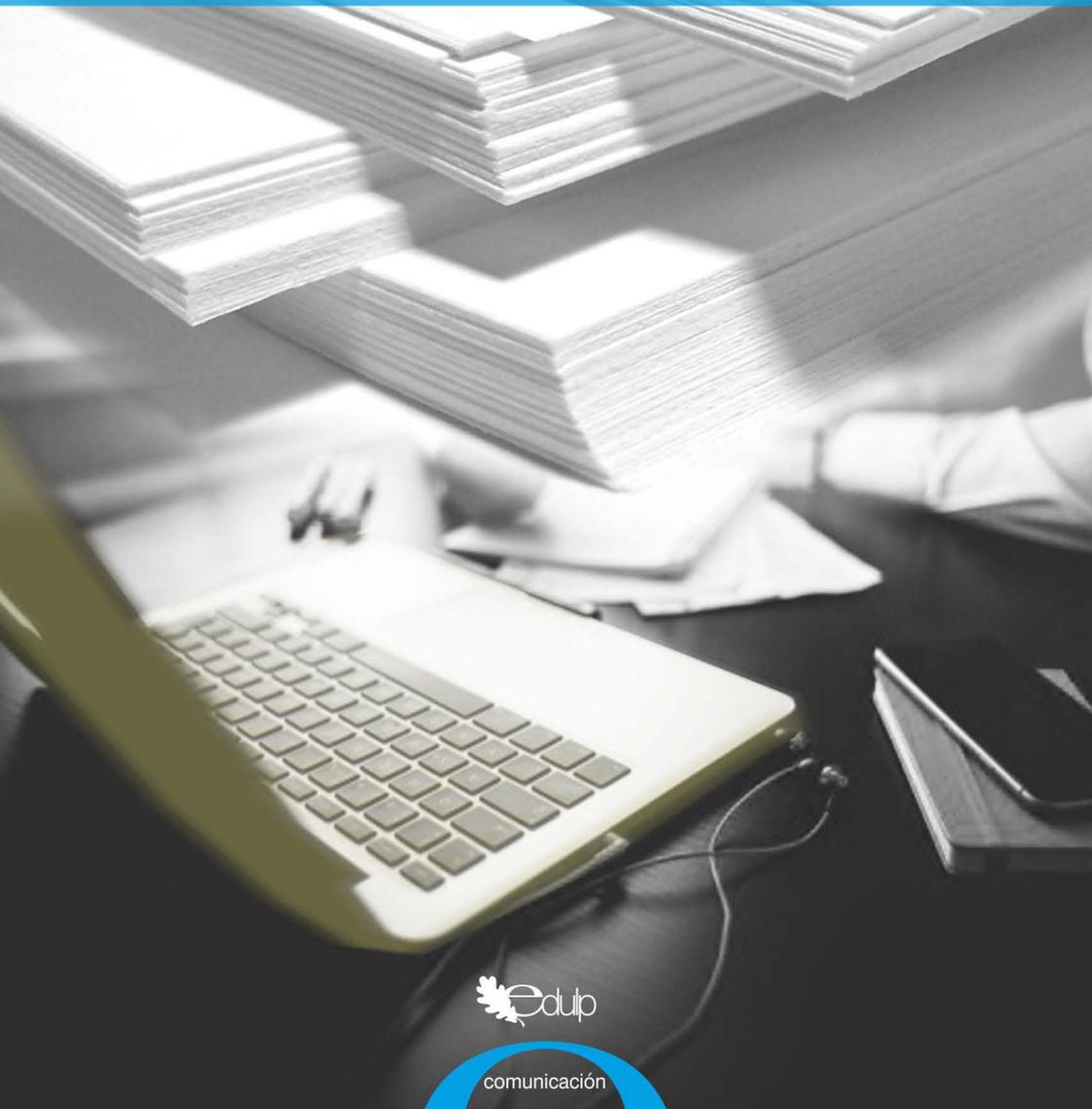


CINTIA ROGOVSKY (coordinadora)

Versión final.doc

Aportes para la producción de textos en el ámbito académico



comunicación

Versiónfinal.doc

Aportes para la producción
de textos en el ámbito académico

Versiónfinal.doc

Aportes para la producción
de textos en el ámbito académico

ROGOVSKY, CINTIA

(coordinadora)

Autores

Eduardo Aller, Esseling Anchayhua Arbieta, Pablo Bilyk, Cecilia Bufia, Rocío Callero, Gabriela Chávez, Karina Comas, Paula Di Matteo, Martín Dupaus, Germán Echeverría, Analía Erdozain, Fabián Fornaroli, Rolando García, María Elisa Ghea, Julieta Haramboure, Soledad Iunino, Damián Le Moal, Martín Malharro, Cecilia Mazzaro, Mónica G. Mereles, Paula Pedelaborde, Analía Pinto, Melisa Ramanauskas, Blanca Ramos, Cintia Rogovsky, Adela Ruiz, Florencia Saintout, Karla Scebba, Cecilia Soto, Ariel Tuozzo, Belén Villar, Rossana Viñas.

Rogovsky, Cintia

**Versión final.doc : aportes para la producción de textos en el ámbito académico /
Cintia Rogovsky ; compilado por Cintia Rogovsky. - 1a ed. - La Plata : EDULP, 2016.
Libro digital, PDF**

**Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-987-1985-89-0**

**1. Edición. I. Rogovsky, Cintia, comp. II. Título.
CDD 070.5**

Versión final.doc

Aportes para la producción de textos en el ámbito académico.

ROGOVSKY, CINTIA (*coordinadora*)

Editores:

Microedición: Sofía Dell'Oro, Joaquín Lanfranchi, Fabiana Luzzi, Ana Manasanch, Fernanda Mercerat, Eduardo Muñoz; coordinación: Analía Pinto. Macroedición: Luciana Ali, Mariana Carrazzoni, Gonzalo Maidana, María Cecilia Mainini, Cecilia Mazzaro, María Saucedo, Alejandra Silva, Micaela Vacca. Coordinación: Cecilia Antúnez. Diseño y maquetación (versión trabajada en clase): Pablo Amadeo, Fabio Ares e Ignacio Artola.

Coordinación:

Cintia Rogovsky, acompañada por Gonzalo Annuasi.

In memoriam de Paula Romero



EDITORIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA (EDULP)
47 N.º 380 / La Plata B1900AJP / Buenos Aires, Argentina
+54 221 427 3992 / 427 4898
edulp.editorial@gmail.com
www.editorial.unlp.edu.ar

Edulp integra la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN)

Primera edición, 2016
ISBN N.º 978-987-1985-89-0
Queda hecho el depósito que marca la Ley 11723
© 2016 - Edulp
Impreso en Argentina

Agradecimientos

Quienes realizamos este libro agradecemos a Jorge Daniel (Lale) Battista (cuartovalor.blogspot.com), por su gentil autorización para compartir una de sus obras como imagen de carátulas.

Agradecemos especialmente a nuestros docentes, profesores Cintia Rogovsky, María Elisa Ghea y Gonzalo Annuasi, que nos enseñaron y guiaron en este proceso.

Y nos agradecemos mutuamente, todos y cada uno de los compañeros y compañeras de las cohortes 2011-2012 y 2014-2015, por el intercambio de ideas y la voluntad de trabajar juntos, que nos permitieron escribir, corregir, diseñar, armar, editar, crear este libro.

Índice

Palabras preliminares	8
<i>Florencia Saintout</i>	
Introducción	11
<i>Pablo Bilyk</i>	
Prólogo	13
<i>Rossana Viñas</i>	
Presentación	19
<i>Cintia Rogovsky</i>	
PRIMERA PARTE	23
El escritor, primer editor de su texto	
El editor y su quehacer	24
<i>Belén Villar</i>	
Cocina de autor	27
<i>Karina Comas</i>	
De inspiración y sudores	29
<i>Analía Erdozain</i>	
La planificación del texto	31
<i>Cecilia Buffa</i>	
El rol del lector	34
<i>Esseling Anchayhua Arbieto</i>	
La importancia de la preedición	36
<i>Paula Pedelaborde y María Elisa Ghea</i>	
SEGUNDA PARTE	44
Algunas consideraciones sobre la escritura	
Qué no debe faltar nunca en una tesis	45
<i>Analía Pinto</i>	
Esas molestas palabras clave	52
<i>Blanca Ramos y Cecilia Mazzaro</i>	
Ideología en el lenguaje: ¿norteamericano o estadounidense?	59
<i>Rocío Callero</i>	
Extranjerismos	61
<i>Damián Le Moal</i>	
Dequeísmo y queísmo: errores y aciertos	63
<i>Soledad lunino</i>	

Empleo del gerundio	66
<i>Cecilia Soto</i>	
La correlación verbal o sobre la máquina de tiempos	71
<i>Martín Dupaus</i>	
Reglas especiales de acentuación	77
<i>Julietta Haramboure</i>	
El uso de la mayúscula	81
<i>Mónica G. Mereles</i>	
Siglas, años, números, siglos	85
<i>Melisa Ramanauskas</i>	
Uso de la raya	91
<i>Mónica G. Mereles</i>	
Citas bibliográficas	93
<i>Karla Scebba</i>	
El corrector en los procesos de edición técnica	97
<i>Adela Ruiz</i>	
TERCERA PARTE	100
Diseño, formas y soportes	
Fundamentos de diseño gráfico para editores	101
<i>Rolando García</i>	
Edición en publicaciones con imágenes: algunas pistas	112
<i>Cintia Rogovsky</i>	
Tratamiento de la imagen digital para publicaciones web e impresos	122
<i>Eduardo Aller</i>	
El libro electrónico en el escenario editorial	130
<i>Germán Echeverría</i>	
Pautas para adaptar textos académicos a la web	136
<i>Gabriela Chávez</i>	
CUARTA PARTE	139
Entrevistas	
Perspectivas de la escritura: trabajo, corrección y veredicto, según Malharro.	140
<i>Paula Di Matteo</i>	
El mundo editorial, según Fabián Fornaroli.	143
<i>Ariel Tuozzo</i>	
Acerca de los autores	150

PALABRAS PRELIMINARES

En la década del ochenta, mientras se cristalizaba la idea de que el único mundo posible era el del orden neoliberal, se constituyó un campo académico que tiene como objeto la comunicación. Por “comunicación” se entendió no sólo el estudio del periodismo, la enseñanza de sus prácticas sino, fundamentalmente, el análisis de los modos de construcción social de los sentidos.

En un tiempo histórico de derrotas de los grandes proyectos de emancipación colectiva, la recuperación de los movimientos tácticos, de las capacidades de resistencia, como así también la constatación de un poder que pareciera jugarse sólo en el territorio de la cultura (y ésta concebida como separada de la materialidad de la vida) son las apuestas de un nuevo pensar para una nueva época de posibilismos extremos.

En esta tradición reproducida en las nuevas carreras de comunicación que brotan en la tierra más fértil (aquella que anuncia que no hay más estructuras y sólo hay servicios; que la materialidad se ha muerto y queda la intangibilidad de las sociedades de la información) la historia de todo aquello que se había dicho y pensado sobre la comunicación a las orillas de la ciencia, en el campo de las batallas políticas, o bien fue menospreciado por su condición de “suciedad ideológica” o simplemente desconocido. No está ni en los programas de estudio ni en los congresos de las universidades. A lo sumo, circu-

laron como restos no articulados o como una ensayística que abona la nostalgia de un tiempo irremediabilmente perdido.

Llevados por los vientos posmodernos, los grandes temas y objetos de la comunicación estuvieron centrados en la hegemonía de las historias mínimas, anclada en la suposición de que el sujeto se ha desprendido de todo tipo de dimensión estructural; el adelgazamiento de la problematización del poder, y la idea de que este ha dejado de ser demoníaco y material para ser fluido, ambulante, creativo y subjetivo, alimentando el abandono de la dimensión de clase para el análisis y la comprensión de la cultura; la celebración de la resistencia de los débiles en sí misma, que presupone el abandono de la herida para pensar la subalternidad. Se produjo una aceptación acrítica de que nuestras sociedades son sociedades de audiencias entendidas a partir de la lógica del consumo, sostenida en la naturalización de que el único orden posible es el del capitalismo de mercado; y se afirmó la desaparición de lo real lo que entre otras cuestiones habilita la mentira. Se murió la política, se dijo. De lo que se trata es de interpretar el mundo.

En esta aceptación de un orden como único, el neoliberalismo y sus efectos (dicho de una manera simplificadora) fueron celebrados pero también denunciados, aunque sin expectativas de transformación.

Hoy estamos en un nuevo contexto en el que el sistema de producción de conocimientos es uno de los lugares claves en las transformaciones hacia la emancipación y la justicia social. En la última década, presenciamos cambios en las políticas educativas. El presupuesto universitario se incrementó de manera significativa: pasó del 0,5% del PBI al 1% en el período 2003-2015, sin contar las importantes inversiones, por fuera de dicho presupuesto, para infraestructura e investigación. Esto es concomitante con la elevación de la matrícula universitaria, que ronda el 33%, y de graduados, en un 93% entre

2001 y 2014. A su vez, se destaca la creación de 17 nuevas universidades públicas, un número sin precedentes en la historia de nuestro país. También se creó el Ministerio de Ciencia y Tecnología, se repatriaron más de 1300 científicos, se incrementaron el financiamiento y la promoción de la actividad científica básica y aplicada, y se ejecutaron múltiples políticas tendientes a la inclusión en el sistema universitario.

Este tiempo histórico nos convoca, entonces, a construir un nuevo modelo académico alternativo al hegemónico. Evidentemente, estamos ante decisiones epistemológicas que son a la vez éticas y políticas. Es hora de pensar en teorías que puedan dar cuenta de unos modos (en plural, en tensión) emancipadores de hablar de las sociedades que van a contrapelo de lo que parecía un destino para América Latina.

Contra la idea de una ciencia independiente, de una información independiente, de unas ciencias sociales neutrales y objetivas, planteamos la necesidad de una toma de posición explícita para la producción del saber en comunicación. Esas ideas emergentes tienen que encontrar espacios de visibilización y modos adecuados de comunicación. La propuesta de este libro se construye con estos cimientos y se proyecta en esa propuesta político-académica emancipatoria.

FLORENCIA SAINTOUT

*Decana de la FPyCS, UNLP. Licenciada en Comunicación Social, UNLP;
Magíster en Comunicación por la Universidad Iberoamericana de México;
Doctora en Ciencias Sociales, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales
(FLACSO).*

INTRODUCCIÓN

La apuesta de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de producir un libro para elaborar textos académicos no se reduce a una voluntad meramente formal sino que se inscribe en los desafíos político-epistemológicos del campo de la comunicación y la producción de conocimiento en la actualidad. Es necesario renovar constantemente las preguntas y los debates respecto de la producción de conocimiento (e incluso sobre la ciencia misma) como espacio articulador de los sentidos sobre lo académico, lo cultural y lo político, que históricamente (lo que no quiere decir siempre) ha estado construyendo las tramas sobre el campo específico del saber; este es uno de los núcleos fundamentales para comprender el mundo en que habitamos.

El lugar del conocimiento como campo de poder, de lucha, de síntesis y de preguntas que nos permiten abrir los sentidos sobre sujetos que somos y representamos, significa para las carreras de comunicación un largo proceso de democratización de espacios de discusión y puesta en común sobre la disciplina específica. En ese rumbo, el único camino posible es reconocernos y reconocer en el otro un sujeto de saber. Es registrar y habilitar la presencia de otros saberes que provienen de nuestras luchas y resistencias, de nuestras prácticas sociales, culturales, políticas y científicas, y que deben ser articulados –no sin conflicto– en pos de los destinos de nuestros pueblos como una totalidad.

En los últimos 12 años, las ciencias sociales han podido tomar la palabra, en el sentido profundo de hacer público el conocimiento

producido en la universidad pública. El desafío es producir herramientas para desenclaustrar esos saberes; es en esta clave que pensamos los modos producción de materiales académicos y científicos.

La comunicación se constituye como escenario para situar ciertas discusiones que, como actores partícipes de un proyecto político-académico, nos interesa proponer, puesto que hoy, en un mundo cuya vertiginosidad genera transformaciones que corren de modo mucho más veloz que las reflexiones teóricas, resulta prioritario poner en tensión ciertas lógicas de producción de conocimiento científico-académico provenientes de estructuras educativas que se enquistaron como correlato de la implementación sostenida de políticas neoliberales.

En términos institucionales, este libro adquiere una relevancia significativa para la Secretaría de Posgrado de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. En primer lugar, porque es un insumo producido para el acompañamiento como guía para la escritura de los trabajos de las distintas materias; pero, además, porque es un trabajo colectivo que nace en el marco de una carrera de posgrado de esta Facultad. Esta es una publicación que se inscribe en un proyecto político académico más amplio y apela a constituirse en una herramienta para la comunidad académica en general.

PABLO BILYK

*Secretario de Posgrado de la FPyCS, UNLP.
Doctor en Comunicación, FPyCS, UNLP.*

PRÓLOGO

Leer y escribir: la formación articulada en el grado y en el posgrado

En los últimos años, la comunicación ha ido adquiriendo un lugar de mayor importancia dentro de su campo de pertenencia, el de las ciencias sociales. Esto ha permitido la constitución, el fortalecimiento y la institucionalización de una especificidad que, hasta hace poco tiempo, ni siquiera era pensada como tal.

Los debates acerca de la comunicación giran en torno a pensar ese campo como un campo de conocimiento transdisciplinario más que como una disciplina.

Se trata de un campo en permanente construcción, que ha ido legitimándose, afinando sus metodologías de investigación y construyendo algunos abordajes teóricos y metodológicos en el procesos de creación de nuevos conocimientos. Según Raúl Fuentes Navarro (1991), la comunicación debe su impulso a la necesidad de explicar los fenómenos sociales provocados por el desarrollo de los llamados medios masivos, en cuya evolución la tecnología representa un factor determinante (citado en Pereira, 2005: 414).

Pero las transformaciones del mundo tecnológico van más allá de lo meramente instrumental: por ejemplo, los cambios se evidencian en los soportes de la lectura y la escritura, y la técnica de su reproducción o el uso de internet como medio para acceder al conocimiento, entre otros fenómenos. Este impacto opera en los modos en que hoy se lee y se escribe, se aprende y se percibe el mundo; opera, claramente, en la comunicación.

Como consecuencia, las currículas para la formación de comunicadores en el grado, y su especificidad en el posgrado, han debido y deben estar pensadas en relación con el contexto actual; como así también, deben ser actualizadas de manera constante.

Ese dinamismo ha contribuido al avance, durante los últimos años, de la institucionalización y la legitimación del campo de la investigación en comunicación ya mencionadas; se lo considera un campo del saber y de formación profesional, cuyos problemas, metodologías y objetos de estudio específicos se relacionan transversalmente con otros campos del conocimiento.

En la actualidad, incluso con mucho camino por recorrer, la comunicación es quizá uno de esos campos con mayor movilidad y producción intelectual no sólo en América Latina sino en el contexto internacional, por los congresos realizados, los seminarios, el creciente número de asociaciones nacionales e internacionales de investigación y de formación de profesionales en sus diversas especializaciones. Pero, también, porque en los últimos años las ciencias sociales han dejado de verla con “mal de ojo” (Pereira, 2005: 436).

En ese campo, la lectura y la escritura son dos herramientas fundamentales en el quehacer diario de su labor, que conforman el proceso de construcción de sentidos y de interpelación para el conocimiento y la transformación de la realidad, de la historia. Con ellas, el comunicador desarrolla su tarea, como observador y testigo de los hechos que lo rodean, analizándolos y narrándolos de manera clara y precisa.

Grado-posgrado: una articulación posible

La historia de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) muestra un largo recorrido en la formación de comunicadores en la Argentina y en América Latina. Desde 1994, cuando la Escuela Superior de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP se convirtió en la prime-

ra con estatuto de Facultad en la Argentina, se inició un proceso de cambios y de consolidación académica.

Desde la implementación, particularmente de la Licenciatura en Comunicación Social (con sus tres orientaciones: Periodismo, Planificación y Profesorado), fue necesario pensar una especial preparación en las herramientas fundamentales de un periodista, un planificador o un profesor: la lectura y la escritura. Mucho más, al tener en cuenta los constantes avances a nivel tecnológico.

En este sentido, en 2007, se creó el Centro de Investigación en Lectura y Escritura (CILE)¹, en articulación con la cátedra Taller de Comprensión y Producción de Textos I, de la carrera de la Licenciatura en Comunicación Social, con el objetivo de trabajar la docencia, la investigación y la extensión en la formación en la lectura y la escritura de los futuros profesionales desde el grado, pero además, con el objetivo de posibilitar la articulación con un estudio de posgrado. Allí nació la Especialización en Edición.

Institucionalmente, necesitamos ser capaces de pensar la educación como un proceso permanente y de generar políticas que nos permitan transitarlo; brindar los espacios y los programas que contengan este derecho, que les permitan a los sujetos encontrar, en la Universidad Nacional, la culminación de unas expectativas en torno al aprendizaje y la enseñanza. Debemos ser capaces de pensar el posgrado de manera integral: no el posgrado aislado de la formación, sino el posgrado en relación con otras instancias en el interior de la universidad (Díaz Larrañaga, 2008: 23).

En este marco, la propuesta de la Especialización en Edición de la FPyCS responde y articula con los lineamientos propuestos en el grado: el Periodismo, la Planificación y el Profesorado en Comunicación Social como así también la investigación, la extensión y la docencia.

1 Centro creado por Resolución N°128/2007 (HCA, FPyCS). Aprobado por Consejo Superior, 19/08/2009, Disposición 273. Director: Lic. Marcelo Belinche. Subdirectora: Rossana Viñas.

Hablemos de Edición

La producción y la publicación de textos en diferentes soportes y formatos han crecido y crecen en número y en diversidad. Hoy no sólo circulan libros y publicaciones periódicas sino, también, páginas web, blogs, boletines, folletos y catálogos. Gran parte de ellos se genera en editoriales; muchos otros, en organismos cuya función esencial no es la edición, aunque ésta juegue un papel fundamental al momento de pensar productos comunicacionales: dependencias de gobierno, universidades, instituciones educativas, empresas, centros de investigación, organizaciones sociales, entre otros.

El desconocimiento de los procesos involucrados y de las competencias que se requieren para asegurar la calidad de las publicaciones tienen como consecuencia que muchas de ellas no alcanzan estándares nacionales e internacionales de calidad, puesto que las personas implicadas en la edición no cuentan con las competencias adecuadas para llevarla a cabo.

El editor es quien tiene a su cargo la organización del proceso, evalúa la calidad y la pertinencia de textos e imágenes e interviene, si es necesario, en el propio original, para asegurar su adecuada publicación en cualquier formato o medio; es quien tiene en cuenta contextos de producción y recepción específicos.

En ese proceso, la lectura y la escritura cumplen un papel central. El editor lee originales (literarios o no literarios) con un objetivo comunicacional desde el inicio, escribe informes, habla con los autores, los aconseja respecto de la escritura, reescribe párrafos, ajusta títulos, piensa imágenes. Por lo tanto, editar es construir una totalidad, una idea. Esto se logra a partir de ser un lector y escritor entrenado, que pueda intervenir sobre los diferentes niveles de construcción de ese original y lograr un efecto sobre el lector. Esa es la tarea del editor.

En el caso de los originales no literarios, además, la edición debe garantizar que la información esté presentada de modo claro y preciso, y esté organizada de manera adecuada y prolija.

Con respecto a los originales literarios, Thomas McCormack afirma que el editor debe tener una capacidad vinculada a la sensibilidad y al arte.

El buen editor lee y responde como se debe, y por “como se debe” entendemos cómo respondería el lector apropiado ideal. Esta capacidad de respuesta depende de su sensibilidad, el mecanismo interno que reacciona a lo que está frente a él: una buena (o mala) frase, una escena vívida y emocionante (o borrosa y plana). Es el censor que experimenta miedo, esperanza, o curiosidad; que registra desmayo, alegría o descanso; que ronronea ante la presencia del ingenio, el drama o la poesía. La sensibilidad de un buen editor es tal que se siente atrapado, aburrido, encantado, confundido, incrédulo o satisfecho exactamente en los mismos pasajes en los que lo haría el lector apropiado; y se trata de una cualidad esencial. (McCormack, 2010: 1).

El editor, entonces, es un comunicador que debe tener competencias específicas en lectura y escritura y debe estar formado desde la comunicación misma. No sólo debe ser un buen escritor, sino también un excelente lector. La buena noticia es que el oficio del editor puede y debe ser enseñado. Y esta Especialización lo tiene como objetivo principal. En el camino para lograrlo, la Especialización pone el acento en los procesos desarrollados en el campo gráfico y editorial profesional, en su relación con el campo de la comunicación y la cultura, en las relaciones editor-autor y entiende, asimismo, que toda edición está atravesada por una dimensión política que influye directamente en la toma de decisiones.

Ese es el sentido de esta Especialización en Edición.

Referencias bibliográficas

Díaz Larrañaga, Nancy (2008). “La educación como un acto político” en *Trampas de la Comunicación y Cultura* N° 61 “Políticas de posgrado en comunicación: el debate actual”. La Plata: EPC.

McCormack, Thomas (2010). *La novela, el novelista y su editor*. Buenos Aires: Colección Libros sobre libros, Fondo de Cultura Económica, 2a edición.

Pereira, José Miguel (2005). “La comunicación: un campo de conocimiento en construcción” en *Investigación y Desarrollo*. Volumen 13, N° 2. Universidad del Norte, Colombia.

ROSSANA VIÑAS

*Licenciada y Doctora en Comunicación Social (FpyCS, UNLP).
Directora de la Especialización en Edición (2015). Profesora adjunta,
Taller de Comprensión y Producción de Textos I.*

PRESENTACIÓN

Lo perfecto no deja entrar a nadie.

ELIAS CANETTI¹

Decir que este libro está lleno de imperfecciones no es, posiblemente, un buen comienzo para una presentación. Sin embargo, hacemos propia la cita de Canetti, porque queremos que el lector pueda entrar aquí y sentirse acogido en esta reunión de textos que podríamos considerar como fragmentos o piezas sueltas de un proyecto en construcción.

Se trata de un objeto textual, de un producto editorial que documenta el proceso formativo de quienes son los autores y editores del mismo: alumnos y alumnas del Taller de Edición II de la primera y de la más reciente cohorte de la Especialización en Edición (2011 y 2014, respectivamente) de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (FPyCS-UNLP). Así nació este volumen: *Aportes para la producción de textos en el ámbito académico*, como una práctica de edición y de escritura que diera cuenta de varias cuestiones.

La mayor parte de los trabajos aquí presentados fueron elaborados durante la cursada del Taller de Edición II en 2012, con las profesoras María Elisa Ghea y quien escribe estas palabras. Los alumnos de la cohorte 2014 los retomaron, en 2015, en el marco de la misma materia, y trabajaron sobre ellos como editores: aquellos textos y otros nuevos fueron el insumo con el cual estos alumnos han protagoniza-

¹ Canetti, Elias [1976]. *La conciencia de las palabras*. Madrid: Galaxia Gutemberg, 2012.

do los procesos de macro y microedición, así como los de diseño y maquetación de este primer libro que aquí presentamos². Soñamos con un futuro donde la colección de trabajos de este posgrado alimente el campo editorial con publicaciones en diversos formatos y soportes, llevadas adelante desde el ámbito estatal.

Estos *Aportes* también incluyen, en la autoría de especialistas invitados, docentes y ex docentes de esta Especialización, textos que funcionan como algunos señalamientos en torno a las implicancias político-pedagógicas de las prácticas editoriales; pistas para empezar a construir herramientas de investigación y reflexión en una disciplina que es muy nueva en el ámbito de la educación superior universitaria pública. Pueden expresarse como interrogantes: ¿por qué formar editores en la universidad?; ¿Por qué una carrera como esta, en un posgrado, en una Facultad de Comunicación?; ¿Qué puede aportar esta publicación al conjunto de los estudiantes de la FPyCS?.

El libro está organizado en cuatro partes. En la primera, se reflexiona acerca de algunas nociones tan íntimamente ligadas entre sí (autor, lector, editor, planificación, predicción) que su clarificación puede considerarse un primer paso necesario para luego producir textos, ya sea en el ámbito académico o en otros espacios. Una segunda parte presenta artículos acerca de la corrección de estilo y recomendaciones del uso de la lengua escrita, que suponen reconocer algunos de los debates políticos que atraviesan las prácticas discursivas y el sentido de los usos de la lengua escrita. Los trabajos reunidos en esta parte son el resultado de asumir la responsabilidad de producir contenidos, como estos, que no sólo hagan visible nuestro recorrido pedagógico, sino que puedan ser de utilidad para futuros alumnos de esta o de otras carreras a la hora de pensar y escribir sus proyectos de Trabajos de Integración Finales (TIF); tesis de grado y de posgra-

2 El Taller de Edición II estaba a cargo de la Mg. María Elisa Ghea y de la Prof. Cintia Rogovsky. En el caso de los editores, alumnos del Taller de Edición I y II (2014 y 2015), a cargo de la Prof. Cintia Rogovsky.

do. Es así, porque creemos, como Juan Villoro (que así lo dice en su prólogo a *El optimismo de la voluntad. Experiencias editoriales en América Latina*, de Jorge Herralde) que “editar depende del aprecio por los otros”. En la tercera parte, se incluyen textos vinculados con la edición con imágenes y en soporte *web* y electrónico. Dos entrevistas a prestigiosos profesionales del área, que reflexionan sobre sus experiencias editoriales concretas, particulares, conforman la cuarta y última parte.

De este modo, esta publicación intenta dar cuenta de los diversos procesos y tareas propias de la macro y la microedición, así como del diseño y la maquetación, de diversos productos, en diversos lenguajes.

Este es, por lo tanto, un primer ladrillo, un aporte a los cimientos de lo que soñamos una futura colección, con esa mezcla de incertidumbre y optimismo que se requiere para cualquier proyecto editorial.

Es un libro de prácticas de escritura y de lectura, de evaluación y autoevaluación, de textos inacabados, imperfectos, como lo son todos los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Así es nuestro primer libro: imperfecto, incompleto, fragmentario, para que los lectores puedan asomarse a espiar el mundo del proceso productivo de la edición. Nace en un contexto de comienzo que, como todos los inicios, está atravesado por cierta dosis inevitable de desorden, de esa inexperiencia que transita por los bordes de las muchas posibilidades que se abren antes de tomar decisiones ordenadoras.

En cuanto a los autores, estos expresan la diversidad propia de los alumnos y las alumnas de una Especialización innovadora en varios aspectos, que hace “énfasis en la dimensión comunicacional de las publicaciones, con una perspectiva que coloca al lector y la lectura en el centro de sus intereses”, a la vez que propicia la “interrelación entre la universidad y el campo editorial vistos como espacios de articulación y enriquecimiento mutuo” y la “política de impacto en el

mejoramiento de procesos y resultados de las editoriales y las organizaciones en las que los graduados se desempeñen”³.

Por último, actuamos con este atrevimiento de presentarlo, aún incompleto, para abrirnos a los lectores, para construir con ellos el sentido social de esta carrera hecha de palabras, errores, erratas, afectos, acciones, voluntad, vida, memoria, objetos... Y también como homenaje a un gran profesor y escritor, el doctor Martín Malharro, cuya presencia en una de las entrevistas en esta publicación nos enorgullece por haberlo tenido como docente desde el inicio.

CINTIA ROGOVSKY

*Profesora en Historia de las Artes Visuales (Facultad de Bellas Artes, UNLP).
Secretaria Adémica Especialización en Edición (FpyCS, UNLP).
Profesora titular, Taller de Edición I y Taller de Edición II, Especialización
en Edición (FpyCS, UNLP).*

3 Cfr.



PRIMERA PARTE

El escritor,
primer editor de su texto

El editor y su quehacer

Belén Villar

Para definir qué es y qué hace un editor es necesario comprender que se trata de un término amplio que encierra una multiplicidad de tareas y funciones, pero que siempre apunta a un mismo objetivo: “tender puentes entre el mundo de los creadores y el de los lectores” (Borrás, 2010).

Se trata de una labor en la que las palabras son los materiales para crear esos puentes, pero las formas de construirlos son tan diversas y variadas como los sujetos que emprenden la edificación. No existe un modo correcto de editar, sino que todo editor se debe al estilo personal del autor, a las políticas editoriales que rigen la publicación, a las posibilidades técnicas con las que cuenta y a su criterio y formación en esta profesión, que tiene mucho de oficio.

Perfiles y funciones

Dentro del campo editorial existen distintos perfiles que responden a diferentes funciones y responsabilidades, ya que la tarea de editar comienza con la idea plasmada por el autor (el manuscrito), pasa por la confección del proyecto editorial (el original), la corrección y diseño de la obra, y culmina con su publicación y distribución.

Como señala Gerardo Kloss (2006), las funciones de un editor se pueden agrupar en tres grandes grupos, vinculados al nivel de lectura y edición que se hace del material:

- Política-cultural. El editor se encarga de leer de forma crítica el material que recibe, y a partir de allí resuelve divulgarlo o no. Es en esta función donde se ve claramente la responsabilidad social que tiene, ya que es él quien decide publicar ciertas obras y dejar de lado otras. Se trata de entender la tarea de editar como acción política e intervención cultural.

- Empresarial-administrativa. Contempla los gastos (el riesgo empresarial) de una posible publicación y a partir de allí evalúa y toma la decisión de invertir o no en un proyecto editorial. Se trata de una responsabilidad financiera del agente editorial.

- Técnica-organizativa. Tiene que ver directamente con la planificación y gestión de los procesos productivos y reproductivos. Aquí no sólo se encuentra la tarea de coordinar la labor de editores, correctores (de estilo y de pruebas) y diseñadores, sino también del sistema de distribución del producto terminado (canales de venta, prensa, presentaciones, entre otras posibilidades). Se trata de ejercer una responsabilidad técnica con el objetivo de lograr un producto de calidad.

Si bien estas tres funciones se presentan en la realidad de forma híbrida, e incluso hay casos en los que algunas de ellas no se dan, el producto editorial ideal debería ser sólido en los tres aspectos.

Actitud frente al texto

Sea cual fuere su función y posición en el mundo editorial, todo editor debe poseer una sensibilidad basada en la curiosidad y en una gran capacidad de escucha. “La sensibilidad de un editor es tal que se siente atrapado, aburrido, encantado, confundido, incrédulo o satisfecho exactamente en los mismos pasajes en los que lo haría el lector apropiado [...]” (McCormack, 2010).

Por lo cual, al sentarse frente a un texto, el editor debe comprender que él es el nexo entre el autor y el público. “Puntuar bien es un

arte, un reto: una necesidad. Su dificultad más grande proviene de que exige un desdoblamiento: el que puntúa debe ponerse en el lugar del que va a leer, sin abandonar el lugar del que está escribiendo” (Millán, 2005). Esta actitud es válida e indispensable para todas las instancias de edición, ya que todo proyecto editorial es un producto comunicacional y, como tal, debe concebirse a la par de su destinatario. “Uno no puntúa para dar gusto a los especialistas, sino para comunicarse con sus semejantes” (Millán, 2005).

Referencias bibliográficas

Libros

- McCormack, T. (2011). *La novela, el novelista y su editor*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Millán, J. A. (2005). *Perdón imposible: Guía para una puntuación más rica y consciente*. Barcelona: RBA.

Capítulos de libros

- Aranda, A. y Kloss, G. (2006). “El diseño y el proceso editorial”. En *Investigación y Diseño. Anuario de posgrado 03*, México: UAM-X, CyAD.

Fuentes electrónicas (artículos)

- Borrás, M. (2010, mayo). “Perú. Rama altísima de la poesía”. Editorial Pre-Textos [en línea]. Consultado el 10 de junio de 2015 en <http://www.pre-textos.com/prensa/?p=1043#more-1043>

Cocina de autor

Karina Comas

Tomemos prestada del mundo gastronómico la frase acuñada como “cocina de autor”.

La cocina de autor es un laboratorio de ideas donde la creatividad y el pensamiento libre llevan a la elaboración de propuestas de escritura que rompen con los moldes establecidos y siempre dan como resultado una sorpresa gustativa. Es la aventura de la imaginación.

Traslademos ahora la exquisitez que nos produce en el paladar degustar un buen plato. Giremos en torno a esta idea: un autor que dispone de ingredientes y paladares, de ideas innovadoras y deseos de transmitir un buen olor, una visión distinta, una cena colorida.

Pensemos ahora al autor de los textos: sentado frente a la variedad de insumos de la que dispone, al igual que el chef. La riqueza de recursos y la mágica tarea de ordenarlos, seleccionarlos y finalmente volcarlos en un texto. Como en el oficio gastronómico, el autor tiene uno, varios o cientos de destinatarios. En el mejor de los casos, miles. Aunque ambos cuentan generalmente con la misma desventaja: su receptor es desconocido.

Ficción o no ficción

No es lo mismo, volviendo al ejemplo culinario, cocinar siguiendo una receta, ajustándose a las cantidades y variedades de ingredientes,

seguir instrucciones que fueron dadas por algún experto en el tema, que “inventar un plato”.

Es entonces cuando el autor va delineando sus textos, según la temática, pero principalmente según su género y formato; allí se abre su camino en dos senderos: ficción o no ficción.

En el caso de los textos académicos o periodísticos, el autor está más restringido en su diseño; los géneros expositivos son tal vez menos intrincados, con respecto a la trama, que un texto creativo, de modo que el autor tiene una especie de “molde preexistente” que le ayuda para ajustar su texto.

Sin embargo, cuando la ficción entra en el juego de quien emite y produce, el propio autor se desconcierta y cae en circuitos retóricos como ¿se entenderá lo que digo? ¿gustará como escribo? ¿final abierto o cerrado? ¿título breve y conciso o creativo y arriesgado? Y dibuja entonces a un lector virtual y se esmera en escribir lo mejor posible. Crea así otros mundos, que a veces son fantásticos, maravillosos o dimensionan el terror, el horror, la realidad de los otros, el realismo mágico, lo verosímil y lo inverosímil.

Ensayo y error

Todo, en suma, es cuestión de práctica, de ensayo y error, de muchas lecturas previas de otros autores para dar con nuestra propia autoría. Ser autor de un texto, sea cual fuere su formato, es un proceso y como tal requiere de muchos borradores previos, de ajustes de estilo, de reescrituras que permitan la claridad y la coherencia, y una ortografía sin fallas. Ser portador de la palabra escrita y ordenar este laboratorio de ideas que rompan moldes y creen su propuesta individual, puede ser una de las recetas que nos lleven a eso que antes mencionábamos: sentarnos a disfrutar de un buen plato, mejor dicho, de un buen texto, algo que sólo es posible si el autor pensó en sus lectores.

De inspiración y sudores

Analía Erdozaín

A la hora de sentarnos a escribir, muchas veces, pensamos del mismo modo que Armando, el personaje del cuento “Inspiración” de Roberto Fontanarrosa. Es decir, confiamos en que venga una musa y nos inspire para redactar un texto que era para ayer y, del cual, todavía, no hemos definido qué es lo que vamos a decir, a quién, con qué objetivo y cuál será el formato textual más eficaz.

En ese menester estamos solos, porque la musa no viene, o si lo hace, como en el relato mencionado, se nos planta y nos dice: “Nos sentamos acá, empezamos a charlar de qué puede tratar la pieza, anotamos cosas, tiramos ideas... Por eso te digo que traigas mucho café [...]. Porque nos vamos a pasar toda la noche acá, mañana y hasta el momento en que entregués la obra no nos levantamos...”.

Recién ahí nos damos cuenta de que la inspiración es un concepto abstracto que sólo se materializa vía puro sudor de nuestra frente. Entendido esto, comienza la tarea de responder las preguntas básicas que nos permitirán gestar lo que tenemos para decir.

Lo primero es comprender la consigna dada: ¿qué formato textual me piden?; ¿Un cuento, una novela, un artículo periodístico, un texto académico?. Segundo, atender al objetivo del texto: ¿tengo que esgrimir recursos literarios, informar, persuadir, instruir, exhortar, generar reflexión, ensayar, opinar, hacer divulgación científica, enseñar?.

Tercero, y fundamental, pensar para quién voy a escribir. Precisar esto servirá para llevar a cabo la operación de adecuación contextual y definir el registro de la lengua a utilizar –formal, informal, nivel

medio o elevado, que convoque a élites o sea asequible para la mayoría—. Tener en claro esto posibilitará que, en el contexto particular donde debe encuadrarse el discurso que vamos a producir, el proceso comunicativo se viabilice de modo eficaz.

Una vez resueltas estas cuestiones, será necesario enmarcarlas dentro del formato pedido y atender a las leyes propias que rijan la tipología textual, lo que servirá de punto de partida para pensar cómo expresar aquello que se nos conminó a decir, en la búsqueda de un estilo propio que, además, responda pragmáticamente a todos los interrogantes que lo originaron.

Y esto es sólo el principio. ¿La inspiración? La inspiración, como vemos, llega trabajando. Tal vez por eso Armando estaba tan disconforme con la musa que le había tocado y ella, quejosa, decía a sus espaldas: “A mí me dan cada trabajo...”. De seguro, hasta aquí ha sido puro sudor de nuestra frente y después seguirá la planificación, la puesta en palabras de todo lo reflexionado que, de seguro, nos llevará horas de sudar la camiseta.

La planificación del texto

Cecilia Buffa

Enfrentarse a la inmensidad que supone una hoja en blanco es el primer desafío que se le presenta a todo potencial escritor. Qué decir, cómo decirlo, a quién y con qué finalidad son las preguntas básicas que surgen al momento de pensar un texto, independientemente del género, estilo o categoría discursiva en los que se inscriba.

La escritura bien puede interpretarse como un músculo al que hay que ejercitar para que cobre fuerza y resistencia. A pesar de que esta premisa peque de frase hecha, encierra una realidad: en el terreno de la escritura la práctica le gana la batalla a la teoría. No hay fórmulas ni recetas mágicas que indiquen de qué se trata escribir bien. Sin embargo, existen determinadas cuestiones que se deben tener en cuenta a la hora de redactar un texto.

El término texto es definido por la Real Academia Española como un “enunciado o conjunto coherente de enunciados orales o escritos”. Tres características centrales se desprenden de esta definición: 1) la enunciación, es decir, la expresión de ideas; 2) el tipo de lenguaje que se elige para expresarlas; y 3) la coherencia, es decir, la conexión lógica que guardan entre sí esas ideas enunciadas.

Para que un texto cumpla con estas particularidades básicas debe ser planificado. Se puede realizar un trazado inicial con las ideas más importantes: una hoja de ruta, ya sea escrita o mental. Este ejercicio, que puede aplicarse tanto para textos periodísticos, ensayísticos o ficcionales, servirá para seleccionar y jerarquizar aquellos que se desea comunicar.

En el caso de los escritos periodísticos se pueden mencionar las ya clásicas “cinco w”: qué, quién, dónde, cuándo y por qué o para qué¹. Responder a estas simples preguntas garantiza las primeras cinco líneas de cualquier texto informativo. En cuanto a los textos del género de opinión o argumentativos, para Miguel Ángel Bastenier (2001) un posible esquema de planificación podría contemplar los siguientes puntos:

- 1) Propuesta que presente la temática que abordará el texto.
- 2) Argumentación, es decir, la columna vertebral del escrito, donde se expondrán todas las ideas que fundamenten los planteos del autor.
- 3) Perspectiva, un espacio en el que se puedan esbozar potencialidades en torno a la temática analizada.
- 4) Solución a la problemática trabajada, si es que existe.
- 5) Cierre, que puede estar relacionado con lo desarrollado en la perspectiva y debe ser concreto y contundente.

A pesar de las diferencias de finalidad que poseen los textos periodísticos con los ficcionales, la estructura de ambos es similar. En un relato de ficción, como un cuento o una novela, también debe existir una propuesta inicial, que se traduzca en lo que se denomina introducción. Allí el escritor deberá presentar los personajes y la base del conflicto o ruptura de la normalidad de la acción. Luego será el turno del nudo: este momento se puede emparentar con la argumentación, ya que en él se desarrollan los principales sucesos que desencadenan la acción narrativa. Y, por último, el desenlace que será el cierre de la historia.

Al margen del tipo de texto con el que se esté trabajando, la estructura se puede y debe planificar. Sin embargo, existen otros aspectos relacionados más con el contenido que con la forma, que hacen a la correcta escritura y que deben ser recuperados durante la planificación. David Randall (1999) destaca seis rasgos básicos:

1. W en relación con la inicial de las palabras en inglés: *what, who, where, when* y *why*.

- 1) La claridad: se debe ser lo más directo posible, sin dar por sentado que el lector posee conocimientos previos acerca de lo que uno escribe.
- 2) La frescura del lenguaje: apuntar siempre a la originalidad de los mensajes, evitando los lugares comunes o las frases de moda.
- 3) La veracidad: evitar caer en supuestos o juicios de valor.
- 4) La precisión: prescindir de lo abstracto y utilizar lo concreto.
- 5) La adecuación: adaptar el estilo de escritura al tipo de texto y al tema sobre el que se escribe.
- 6) La eficacia: toda expresión y toda frase deben desempeñar alguna función, que nada esté escrito porque sí, sin un motivo o finalidad concreta.

Las recomendaciones explicitadas no son definitivas ni pretenden erigirse como un manual del buen escribir. Sin embargo, representan opciones, parámetros a tener en cuenta cuando se tiene enfrente una hoja en blanco y una lapicera o la barra titilante del cursor. Al planificar se podrán organizar las ideas y, en consecuencia, dinamizar el proceso creativo.

Referencias bibliográficas

- Bastenier, Miguel Ángel (2001). *El blanco móvil. Curso de periodismo*. Madrid: Ediciones El País.
- Randall, David (1999). *El periodista universal*. Madrid: Siglo XXI Editores.

El rol del lector

Esselin Anchayhua Arbieta

Leer es un acto humano, en el que confluye un sistema de acciones que realiza el hombre para lograr la comunicación a través de códigos lingüísticos, símbolos gráficos y fónicos. El reconocimiento de las palabras es esencial para la lectura, pero si no hay comprensión, no hay lectura. Paulo Freire señala que “es inútil pasar las páginas de un libro si no se ha alcanzado su comprensión [...]”. La comprensión de un texto no es algo que se recibe de regalo: exige trabajo paciente de quien se siente problematizado por él” (1997). Así que la comprensión consiste en establecer puentes entre lo nuevo y lo conocido, y entender también que es un proceso activo y no pasivo, es decir que el lector interpreta y transforma lo que lee en relación con el conocimiento previo que maneja.

La lectura es uno de los vehículos más importantes de aprendizaje y es indispensable que se dé la lectura comprensiva. Leer comprensivamente es entender a qué se refiere el autor con cada afirmación y cuáles son los nexos, pues el texto puede decir más de lo que el propio autor quiso señalar conscientemente. Existen ciertas estrategias para comprender el material escrito que son utilizadas por los lectores sin ninguna evidencia consciente de su uso. Estas estrategias, según Goodman (1985), son mecanismos que permiten resolver problemas e implican saber a qué prestar atención y a qué no hacerlo, facilitando así la construcción del mensaje contenido en el texto.

Podemos leer por placer u obligación, para estar informados o para aprender. Las motivaciones, intereses y atención que se tengan

juegan un rol importante en el proceso de interpretación de un texto. Por lo tanto, la lectura contribuye en gran medida a ampliar el bagaje cultural del lector mediante nuevos elementos de conocimiento, de análisis, de comparación, de esclarecimiento de hechos y realidades que conoce o que empieza a conocer a través del texto leído. Se dice también que la lectura es una actividad cognitiva compleja y una aptitud individual, que requiere la mayor atención.

La lectura se realiza a través de una gran variedad de presentaciones del material textual, en el que interviene el diseño gráfico, el uso del color, el tratamiento de los espacios en blanco, el tipo de familia tipográfica, pero, además, se complementa con elementos gráficos, como fotografías, infografías, cuadros, esquemas y mapas. Estos componentes facilitan al lector una mayor comprensión sobre el contenido del texto, por lo tanto, el lenguaje utilizado en los gráficos no es rebuscado, al contrario, es sencillo y claro para que el lector pueda procesar la información independientemente de la complejidad del tema que se está abordando.

Un buen lector generalmente disfruta la lectura, y pasa a considerarla un modo natural de expresión propia. Sin embargo, para llegar a este punto se requiere de tiempo y de práctica como cualquier otra habilidad o aptitud que exige de quien lo realiza: dedicación, constancia e interés. Así terminará por encontrar el placer por la lectura.

Referencias bibliográficas

- Freire, P. (1997). *La importancia de leer y el proceso de liberación*. México: Siglo XXI.
- Goodman, K. (1985). "Unity in reading". En Singer, H. y Ruddell, R. (eds.).

La importancia de la preedición

Paula Pedelaborde y María Elisa Ghea

La edición tiene varias etapas con diferentes funciones de acuerdo al momento del proceso en que se encuentre. Es una cadena de acciones y decisiones con el único fin de controlar la producción del sentido y la interpretación del texto.

En una primera distinción, se puede afirmar que la edición se lleva a cabo sobre dos grandes grupos de documentos o textos que varían fundamentalmente en su funcionalidad. Hablamos, por un lado, de *edición literaria* y, por el otro, de edición no literaria, conocida como *edición técnica*.

A su vez, en cada uno de estos dos grandes registros hay, por supuesto, divisiones: la edición literaria puede dividirse de acuerdo a los géneros (poesía y prosa, y dentro de ésta última, habrá características distintivas si se trata del género policial, fantástico, ciencia ficción, entre otras) y la edición de no ficción varía en si se trata de libros académicos, comerciales o de textos escolares, entre otros.

La gran mayoría de los libros que se publican y se venden hoy son no literarios. La razón parecería bastante simple. La orientación a la realidad de la no ficción parece adecuarse a la sensibilidad de los lectores modernos, o por lo menos así lo entiende la lógica comercial que rige el mundo del mercado editorial. En este sentido, en más de una oportunidad se impone la lógica del mercado que considera el acceso a la cultura, en este caso los libros, como bienes de consumo.

La industria editorial, considerando dentro de ésta a las grandes editoriales y no a las pequeñas que tienen menores posibilidades de

realizar una campaña de comercialización, utilizan las estrategias de marketing y publicidad que sirvan para la venta masiva. En lugar de la revelación de la ficción literaria, la no ficción ofrece inmediatez e información y por encima de todo, los compradores de libros parecen querer información, tanto acerca de sus propias vidas como del mundo que los rodea.

Sin embargo, antes de comenzar cualquier tipo de edición, el editor debe tener un amplio trabajo de preedición que puede ser más compleja o liviana de acuerdo a si se refiere a edición literaria o no literaria.

La edición tiene diferentes etapas y en cada una se trabaja en lo que será la publicación; esto incluye la etapa de pre-edición, que es el período anterior al proceso de edición propiamente dicho (macro y microediting).

En las editoriales y publicaciones (diarios, revistas, semanarios, anuarios, suplementos especiales) siempre existen pautas de presentación de los materiales, que obedecen tanto a razones de carácter práctico, como lo son los recursos disponibles, las estrategias de venta; objetivos de distribución, público al que está dirigido, o la existencia en el mercado de consumo de otros productos similares. Las otras pautas son las que se centran en lo estético y también en la cuestión ideológica que manifestará de alguna manera la postura de la empresa editorial.

Estas pautas están definidas o se definen en la preedición: ya existe una maqueta del libro o paginación de un diario o revista, e incluso en diversas publicaciones esas pautas conforman un manual de estilo que guía el trabajo. Incluso, se considera con frecuencia que una buena editorial es la que logra que sus libros (u otras publicaciones) puedan ser identificados por el lector por aquellos elementos que se destacan a simple vista, en la bodega, el kiosko o el anaquel de una librería, como un tipo de diseño y tipografía en las portadas; el tamaño; si utiliza solapas con fotos del autor; si la contratapa además de la reseña incorpora críticas periodísticas favorables, entre otros.

Piénsese en este sentido en algunos clásicos, como las colecciones literarias de las editoriales españolas Anagrama o Tusquets, o las populares colecciones infantiles de la década del 80 y 90 como “Elige tu propia aventura”¹, publicada por varias editoriales en distintos idiomas o la colección Robin Hood, publicada por la editorial Acme en la década del 40 (que la volvió a editar el multimedio Clarín en 2010). Cualquier niño, incluso los que aún no sabían leer, era capaz de reconocer, en aquellos años y en las sucesivas décadas en que se reeditó, los libros de Robin Hood por sus tapas amarillas y sus ilustraciones.

Cabe aclarar que hay editoriales más pequeñas con otras concepciones, que no se proponen tanto lograr una identidad como sello, sino la originalidad de cada libro que publican, por lo que se permiten una mayor diversidad de diseños y formatos, lo cual, por supuesto, forma parte también de las decisiones y objetivos previamente acordados por el editor y la editorial.

Planificar la publicación

En el caso de los libros, la preedición nos permite saber a qué colección va a sumarse un determinado material, de manera que hace posible indicarle al autor las características que deberá tener con relación a la extensión aproximada del texto; los recursos paratextuales; formato y tipos de citas (por ejemplo, si deben presentarse a bando cuando la cita excede un determinado número de líneas, si se las ubicará a pie de página, o al final del capítulo o de todo el texto); estructura general del libro –si estará dividido en partes, capítulos, anexos, glosarios y/o índice analítico.

1. La serie se publicó en inglés bajo el sello Bantam Books (1979 a 1998). Las primeras traducciones al español se publicaron en los años 80. En la Argentina fueron publicados por Editorial Atlántida a partir de 1984 y en España han sido reeditados recientemente varios títulos por la Editorial SM.

Si es un producto que será elaborado por varios autores hay que revisar que exista una coherencia general, que no haya saltos temáticos ni contradicciones, que las definiciones no sean ambiguas, salvo que estos sean efectos buscados.

Si se incorporan imágenes (ya sean gráficos, fotografías, mapas), debe considerarse si la maqueta las incluye, si se las va a incorporar intercaladas dentro del texto, si habrá un cuadernillo interno específico (como ocurre en muchos casos con libros de historia, ciencia o biografías) y, desde ya, si éstas serán provistas por el/los autor/es (lo que supone acordar el formato en que se las entregará) o si será responsabilidad de la editorial. En muchos casos, cuando se trata de libros infantiles o de historietas, puede que el escritor y el ilustrador trabajen juntos el material o que lo hagan por separado, y otras combinaciones posibles, como por ejemplo un libro ilustrado por varios artistas. Cabe distinguir entre el libro ilustrado y aquel que es decorado u ornamentado².

Pasos a seguir

Conviene destacar que todo proyecto de libro que trata de un determinado tema –el que fuera– es un recorte, una selección, ya que nunca se puede escribir todo sobre algo; por lo tanto, ese recorte debe estar acorde con la funcionalidad del futuro libro y asimismo con la ideología de la editorial o el medio en cuestión. De no ser así, por lo menos debe estar advertido de ello.

2. “La ilustración es algo más que el ornato del libro, ya que nos ofrece un comentario gráfico de su contenido, un reflejo de la sociedad en la que apareció el libro y, en algunos casos, hasta puede constituir principal motivo de interés. Llamamos ilustración a aquellas representaciones gráficas que nos informan del contenido del libro; las que se incluyen con fines estrictamente decorativos se llaman ornamentación.” (véase “Libros ilustrados”, Revista de Artes [en línea], recuperado de <http://www.revistadeartes.com.ar/revistadeartes%207/ellibroilustrado.html>, sitio consultado el 20 de septiembre de 2011).

En la etapa de preedición, el trabajo varía en algunos aspectos según se trate de producciones literarias o no literarias (ficción o no ficción). Las obras no literarias tienen una amplia gama temática y requieren, como se dijo, de lo que se llama una edición técnica.

En el más abarcativo de los sentidos, la edición técnica es el campo ocupado por las editoriales especializadas en libros de texto, libros científicos y técnicos o libros prácticos y, en el interior de las editoriales generales, por los sellos dedicados a estos géneros. Fuera del ámbito editorial, el campo de la edición técnica se extiende a los departamentos u oficinas de publicaciones de instituciones públicas o privadas que, no siendo editoriales, publican diferentes tipos de impresos (memorias y balances, folletos institucionales, informes estadísticos, prospectos, guías de uso de máquinas y herramientas, etcétera).

La edición técnica se aplica sobre textos no literarios pero cuya variedad difícilmente autorice a englobarlos en un género editorial único (recetarios de cocina, manuales universitarios, guías de uso de software, guías telefónicas, guías turísticas, entre otros).

Los escritores contemporáneos de no ficción abordan una amplia variedad de temas: biografías, historia, cultura popular, política contemporánea y revelaciones (como libros que revelan las intimidades de la Casa Rosada); libros sobre deportes y *hobbies*, libros de viajes y ocio, libros de cocina y de computación. Y por supuesto, los “cómo hacer...” sobre todos los temas, desde cómo mejorar su vida amorosa, cómo ser millonario hasta cómo editar textos literarios y no literarios.

La edición de impresos técnicos presenta una gran diferencia, fundamentalmente en la preedición, en la que se establecen las características de las obras que se van a editar y supone también un trabajo sustantivamente diferente con los autores de los textos y el equipo de diseño. Esas diferencias se trasladan al trabajo de los editores, que necesitan contar con saberes editoriales específicos que les permitan llevar a buen puerto procesos de edición habitualmente complejos y siempre trabajosos.

El seguimiento editorial implica para el editor el trabajo conjunto con otros profesionales, centralmente diseñadores y correctores de estilo y también, sobre todo en las publicaciones técnicas, con ilustradores, fotógrafos, cartógrafos y/o documentalistas. Los editores participan activamente en la toma de decisiones en el proceso de preedición, ya sea de un futuro libro literario o de no ficción. De acuerdo al tipo de libro en el que se trabaje, la tarea será más intensa con uno, varios o el conjunto de profesionales.

En la edición de ficción y en el ensayo académico es fundamental la coordinación del editor con el corrector y, eventualmente, si así se requiere, con el traductor. Un corrector que trabaje a consciencia en función de las pautas de estilo de la editorial, por ejemplo, le ahorrará mucho trabajo de preedición y edición tanto al editor cuanto a los diagramadores y diseñadores, por ejemplo en la ubicación de las notas, citas, referencias bibliográficas y otros elementos paratextuales.

En la preedición es importante que el editor tenga en la cabeza el libro terminado; saber cuál será su potencial comercialización y fundamentalmente cuál es el objetivo que se persigue con el futuro texto. Al mismo tiempo, un buen editor deberá tener capacidad de adaptarse a los cambios y a los problemas que pueden ocurrir durante el proceso, que lo obligarán a tomar decisiones muchas veces sin demasiado margen de tiempo. Con frecuencia puede ocurrir que algún problema de recursos, ajeno a las previsiones del editor, afecte su trabajo y lo obligue a hacer modificaciones: la falta de algún producto necesario en el mercado (un tipo de papel), que se malogre o no llegue a tiempo algún archivo de imágenes son algunas de las contrariedades más frecuentes.

Al mismo tiempo, tener una visión terminada del libro antes de comenzar el proceso de edición sirve para reconocer cuáles son los profesionales o actores de otras disciplinas que deberán participar para llegar al objetivo (fotógrafos, infógrafos, cartógrafos, dibujantes, retocadores de imagen, expertos en material digital, traductores, entre otros).

Todo eso le permitirá al editor ser lo suficientemente claro para explicarle a los profesionales de otras disciplinas qué es lo que espera que se logre con el producto y qué plazos y modalidades de trabajo se requieren: qué tipo de maqueta necesita, qué formato, a cuántas tintas se imprimirá el trabajo, qué calidad de papel se requerirá, cuál será la terminación del libro.

Es de suma utilidad armar un capítulo modelo para ayudar a que los escritores y/o autores comprendan con mayor claridad lo que se les está solicitando, fundamentalmente en los textos no ficcionales. Esto mismo cabe para los otros integrantes del equipo de edición, ya que en varias ocasiones no pertenecen a la empresa y son contratados para un trabajo determinado. Además, en la actualidad es muy frecuente que algunos profesionales realicen su tarea de manera virtual y se guíen para ello de un modelo que se les ha entregado anticipadamente. Muchas publicaciones digitales, por ejemplo, son trabajadas por profesionales que ni siquiera se encuentran en el mismo país.

Contar con la idea global del libro ya instalado en los estantes de la librería nos obliga a organizar un estricto cronograma de actividades y plazos a cumplir por parte de cada uno los participantes del proceso.

Por ello, es requisito del editor saber también el tiempo que llevará la impresión del material, los plazos de encuadernación o laminado; tener un fluido contacto con la imprenta para reservar el turno para su material y conocer las técnicas que utilizan (por ejemplo, si requieren hacer películas o usan CTP)³ para tener mayor control sobre los plazos. No respetar, desde los momentos anteriores, dichos plazos conlleva a que, por ejemplo, se pierda el turno convenido.

Vale la pena mencionar que la edición de textos literarios es un tema controversial dentro del mundo editorial, ya que los límites entre la tarea del editor (que muchas veces es un escritor y suele hacer tam-

3. Computer to Plate (CTP) o Directo a Plancha no requiere películas, por lo que se acortan significativamente los tiempos de entrega, a la vez que permiten un trabajo más limpio de calidad.

bién de corrector de estilo) y la tarea creativa el autor son algo difusos. El grado de intervención y los criterios del editor sobre un texto forman parte de los acuerdos que debe formular con claridad la editorial, el editor y el autor, para evitar posibles conflictos, ya que el objetivo es fortalecer el libro. En tal sentido, el editor siempre puede apoyarse en el manual de estilo de la institución/empresa en la que trabaja y en los diversos manuales de corrección de estilo y edición que hay disponibles⁴.

Nunca hay que perder de vista que la tarea de edición, en sus distintas etapas, es una tarea dinámica y creativa que requiere no sólo de los saberes técnicos y teóricos que le son propios, sino también, la voluntad de actualizarse, de intercambiar experiencias con otros profesionales y de observar, con actitud curiosa y desprejuiciada, el rico y diverso mundo editorial.

Otras funciones del editor

Relación con autores nuevos o conocidos

Relación con traductores

Relación con editoriales extranjeras y agencias literarias

Relación con directores de colección

Debe redactar contratapas y solapas

Elaborar informes sobre los libros para el área de prensa, venta y marketing

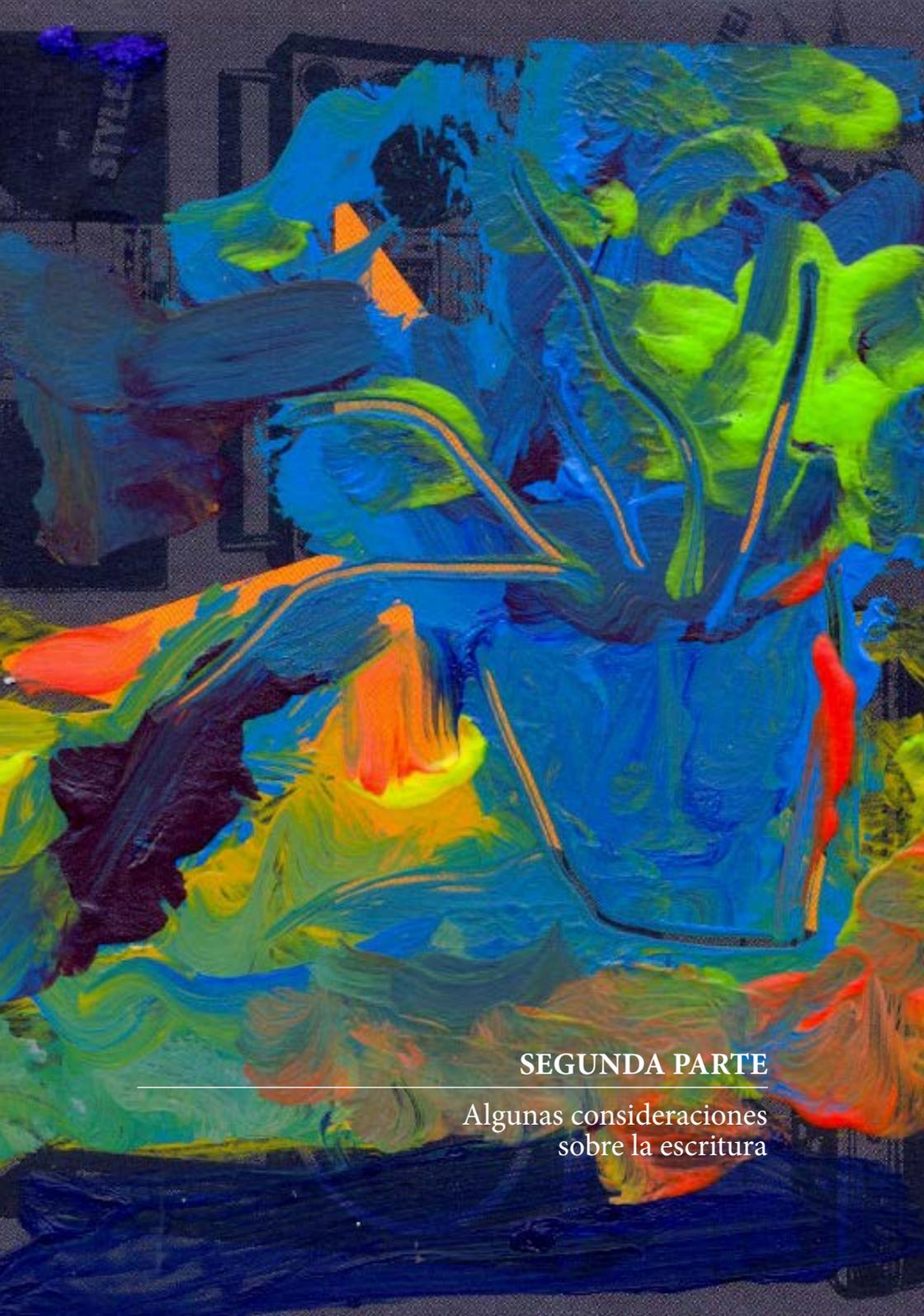
Presentar propuestas a sus superiores

Calcular costos, precios de venta

Participar en ferias de libros

Responder a la edición de proyectos contratados por la empresa editorial.

4. Por ejemplo, García Negroni, M. M. (coord.): *El arte de escribir bien en español: manual de corrección de estilo*, Buenos Aires, Santiago Arcos, 2006 y Gunther, Irene y Sharpe, Leslie: *Manual de edición literaria y rito literaria*, México, Fondo de Cultura Económica, 2005.



SEGUNDA PARTE

Algunas consideraciones
sobre la escritura

Qué no debe faltar nunca en una tesis

Analía Pinto

A pesar de no haber escrito (aún) una tesis yo misma, los casi 8 años que llevo trabajando en el Servicio de Difusión de la Creación Intelectual (SEDICI), repositorio institucional central de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), me han dado la experiencia suficiente para tener al menos en claro de qué cosas no puede carecer nunca una tesis. He recogido esta experiencia del modo menos recomendable: recibiendo, para “subir” al repositorio, tesis con todo tipo de problemas, omisiones y faltantes. Lo que sigue es un recuento, no exhaustivo, de los peores momentos que hube de enfrentar en el fascinante mundo de la redacción académica.

Toda tesis debe tener su correspondiente portada

En más ocasiones de las que soy capaz de recordar, hemos recibido en el repositorio tesis sin portada. Esto sucede por una razón bastante sencilla: a veces, los tesisistas escriben sus tesis por partes o capítulos y luego los ensamblan, olvidándose de colocar la hoja inicial o portada. Más todavía, muchas veces el “olvido” de la portada acontece por razones más pedestres y vinculadas al uso de las herramientas informáticas: muchas personas desconocen cómo hacer para que Word o el procesador de textos que utilicen no numere automáticamente la primera página; en consecuencia, el camino más expedito es hacer la portada en un documento aparte, con el consecuente olvido ya mencionado.

¿Por qué es tan importante que la tesis contenga una portada, si, en definitiva, lo crucial es el contenido? La presencia de una portada es fundamental porque allí se despliega información de mucha relevancia para diferentes personas: los jurados que evaluarán la tesis, los bibliotecarios que recibirán la copia impresa, los referencistas de los repositorios que deberán subir la copia digital, incluso el público que desee leer la tesis. Todas estas personas (y otras) encontrarán información de mucho valor en la portada inicial que debe contar con los siguientes datos:

- Nombre y apellidos completos del autor (sin abreviaturas ni iniciales).
- Filiación académica del autor (unidad académica/centro de investigación o laboratorio/dependencia de la universidad a la que pertenece).
- Título y subtítulo completo de la tesis (sin punto final) en lugar central y destacado.
- Nombre y apellido completos del director y co-director de la tesis, así como de los asesores técnicos y miembros del jurado evaluador (estos últimos datos no son obligatorios pero es una buena práctica colocarlos).
- Lugar de desarrollo de la tesis (especialmente para las tesis realizadas en laboratorios dependientes o no de la universidad).
- Grado al que se opta mediante la presentación de la tesis.
- Tampoco puede faltar, desde el punto de vista gráfico, el escudo de la universidad actualizado.

Toda tesis debe estar completa

En el repositorio hemos recibido, en numerosas ocasiones, tesis con partes faltantes. No hablamos de anexos o apéndices que, por diversas razones, a veces no se publican o no se considera necesaria su inclusión en el cuerpo del texto de la tesis. Hablamos de capítulos o partes de ca-

pítulos que dificultarían, en caso de publicarlas así, su correcta lectura y apreciación. Hablamos de partes enteras perdidas u olvidadas, a veces por razones similares a las que pueden llevar al olvido de la portada, a veces por distracción, y en otros casos nunca lo hemos sabido. Es por ello que es también una buena práctica colocar siempre el correo electrónico del autor en algún rinconcito de la tesis para que, si se da el caso de una incidencia así, los referencistas, bibliotecarios, editores y otros actores que intervienen en el proceso de difusión y puesta en línea de la tesis tengan a quién acudir. De paso, recordamos la estructura canónica a la que conviene siempre adscribir el texto de una tesis, independientemente de su temática o área de estudio:

- Portada
- Dedicatoria
- Agradecimientos
- Resumen/*Abstract*
- Índice general
- Índice de figuras
- Índice de tablas y gráficos
- Abreviaturas y/o Glosario
- Capítulos (en ocasiones, los capítulos pueden dividirse primero en partes; los capítulos, a su vez, pueden dividirse en partes más pequeñas; al igual que para otras secciones del texto, los procesadores de texto incluyen funciones para resaltar e indizar automáticamente estas partes)
- Bibliografía (hay quienes optan por colocar la bibliografía al final de cada capítulo, pero se recomienda que este apartado contenga, al menos, la bibliografía general consultada si se elige esa opción)
- Apéndices o anexos (pueden incluir materiales de variada especie –entrevistas, encuestas, recortes, facsímiles, imágenes, partituras, planos, mapas, etc.–, así como tablas, gráficos y resultados de experimentos, entre otros).

Toda tesis debe estar presentada en un formato legible

El paso del tiempo y los avances de la tecnología hacen, como todos sabemos, que algunos formatos queden obsoletos muy rápidamente. En el repositorio, cuya misión no es sólo difundir sino también preservar a largo plazo los materiales allí incluidos, tomamos recaudos para que no suceda pero es preciso contar, en ocasiones, con la ayuda de los propios tesistas. Como regla general, las tesis deben presentarse realizadas en cualquier procesador de texto (Word o los incluidos en LibreOffice y OpenOffice, sin excluir otras posibilidades) y evitar su pasaje a formatos como PDF, EPUB y otros, ya que esas tareas se realizan en el repositorio, siguiendo estándares y protocolos internacionales de preservación. Esto evita, también, otro problema que ocurre bastante a menudo y que es la imposibilidad de abrir un documento, ya sea porque no se convirtió al formato elegido adecuadamente, porque se usaron herramientas en línea que en ocasiones pueden fallar o porque no se comprobó que todo anduviese correctamente. La recomendación, entonces, es entregar una copia digital en formato .doc, .rtf, .docx, u .odt.

Toda tesis debe responder a una estética adecuada

Más veces de las deseables se han recibido en el repositorio tesis cuya presentación estética no era la adecuada al registro formal que el texto de mayor relevancia académica debe poseer. Nos referimos al hecho indudable de que una tesis no sólo es un documento de investigación y transmisión de conocimiento sino de que también es un documento que representa a una institución y como tal debe seguir ciertas pautas formales y estéticas de presentación, que podemos resumir del siguiente modo:

Fuente: debe utilizarse una fuente serif (es decir, que facilite la lectura, especialmente en pantalla), de preferencia Times New Ro-

man, en cuerpo 12 para el texto central y cuerpo 10 para las notas al pie. No se utilizarán fuentes “festivas” o diseñadas para otros usos, como Comic Sans y similares, ni siquiera para la portada.

Interlineado: debe utilizarse un interlineado de 1,5 o 2 puntos, con márgenes de al menos 2,5 cm y sangría inicial de al menos 0,5 cm. La alineación del texto debe ser siempre justificada, para mayor comodidad de los lectores, salvo que exista una prescripción específica en contrario, que puede estar vinculada con cuestiones referidas al tipo de programa que se utilice para maquetar el texto, en caso de que sea publicado luego como libro (en papel o electrónico). En caso de tener dudas, consultar con un editor.

Títulos y subtítulos: los títulos y subtítulos se resaltan en negrita. No es necesario subrayarlos.

Capítulos y partes: los capítulos y sus partes deberán estar consignados en forma consecuyente, esto es, si el primer capítulo se designó como “Capítulo 1”, deberá mantenerse la numeración arábiga en el resto de los capítulos.

Notas al pie: las notas al pie deberán utilizarse únicamente para ampliar o agregar información relevante que sirva para comprender un concepto desarrollado en el cuerpo central del texto, no para agregar citas bibliográficas demasiado extensas o apreciaciones personales.

Citas bibliográficas: las citas bibliográficas deberán realizarse siguiendo una norma, como las prescriptas por la American Psychological Association (APA)¹, la Modern Language Association (MLA)² u otras, en forma consistente en todo el decurso del texto.

Uso de cursivas: deberá utilizarse cursiva (o bastardilla) toda vez que se introduzca un término extranjero o se quiera resaltar un concepto teórico. No utilizar comillas ni negritas para esto último.

Enunciación: deberá evitarse, en la medida de lo posible, el “nosotros de autor” así como las referencias a la primera persona. La

1. Más información en Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Estilo_APA.

2. Más información en Servicio de Biblioteca de la Universidad de La Laguna (España): http://www.ull.es/view/institucional/bbtk/Citar_texto_MLA/es.

tesis comunica una investigación, un descubrimiento o una reflexión teórica estructurada y, como tal, su registro debe ser el de la comunicación científica: la subjetividad del autor debe quedar a un lado. No obstante, en algunas disciplinas de las ciencias sociales esto puede ser una decisión inherente al contenido de la tesis y a su campo del saber, que muchas veces prescribe un estilo de escritura altamente subjetivo del que, en todo caso, se sugiere dar explícita cuenta.

Tablas y gráficos: deberán utilizarse los mismos estilos (colores, resaltados, sombreados) para tablas y gráficos. Se recomienda utilizar alguno de los que ya vienen predefinidos en los procesadores de texto para mantener la coherencia gráfica.

Resumen: deberá realizarse siempre un resumen de la tesis, no necesariamente extenso, pero sí taxativamente claro: este texto deberá indicarle al lector de qué trata, en forma concisa y sin florituras, el desarrollo central de la tesis, a qué resultados se llegó o qué aspectos del saber se han ampliado con ella. Debe tenerse en cuenta que, en muchas ocasiones, la única parte de la tesis a la que se tendrá acceso público (por ejemplo, si su autor pide período de embargo, es decir, una cierta cantidad de tiempo en la que el texto de la tesis no estará disponible en línea debido a convenios de confidencialidad o tramitación de patentes) será el resumen.

Palabras clave: en el mismo sentido, conviene siempre que el propio autor brinde entre tres y cinco palabras clave que permitan dilucidar rápidamente sobre qué temas trata o alude la tesis.

Índice: deberá realizarse siempre un índice, para lo cual también se recomienda realizarlo mediante la utilización de los comandos destinados a ello en los procesadores de texto. De este modo, el tesista se asegura de que el documento de su tesis no sólo sea navegable (ya que los procesadores de texto automáticamente convierten en hipervínculos los puntos de entrada al índice) sino que también sea estéticamente agradable. No es recomendable realizar los índices mediante la confección de tablas ni tampoco “a mano”, por las desprolijidades que esto conlleva.

Leyendas en figuras y gráficos: las figuras, imágenes, tablas, gráficos, etc. deben tener siempre su correspondiente leyenda y numeración, para facilitar no sólo la confección de sus índices sino el etiquetado posterior en la conversión del documento a PDF y otros formatos similares (de este modo se asegura que lo que en el procesador de texto es una imagen lo siga siendo en otros formatos).

Toda tesis debe haber sido exhaustivamente corregida por un corrector

Y cuando decimos “corrector” no nos estamos refiriendo al corrector automático del procesador de texto sino a un ser humano dedicado a los arduos menesteres de la macro y la microedición (especialmente esta última). Aún cuando el tesista considere que escribe muy bien, es del todo recomendable que envíe su texto a un corrector para que lo pule de los siguientes gazapos:

Dobles espacios

Errores de tipeo y ortográficos

Errores ortotipográficos (uso inadecuado de los signos de puntuación)

Errores de redacción

Problemas gramaticales y sintácticos

Problemas de argumentación

Sistematización de citas

Normalización de nombres propios

Normalización de fuentes tipográficas

Repeticiones, muletillas, rimas internas, lugares comunes

Correcciones de estilo.

Esas molestas palabras clave

Blanca Ramos y Cecilia Mazzaro

Podrían llamarse “palabras llave”, por su traducción literal del inglés (*keywords*), e igual seguirían siendo molestas, porque son esos términos que definen todo un escrito pero que, sin embargo, se eligen a los apurones antes de entregar la ponencia o la versión final del trabajo: no hay nada de clave en eso, y si hay algo de “llave” es sólo porque con ellas se suele cerrar el candado de un largo proceso de escritura académica.

Cuando el argentino Juan Ignacio Piovani –quien ha dedicado su carrera a especializarse en Metodología de las Ciencias Sociales– presenta las palabras clave de alguna de sus obras¹, alerta al potencial investigador sobre lo difícil de su selección:

La definición de éstas no es una cuestión sencilla. Por un lado nos enfrentamos al problema de que las ciencias sociales poseen muchos menos términos que conceptos, y entonces ocurre a menudo que a un mismo término se lo utiliza para referirse a cosas diferentes. Por otro lado, las definiciones conceptuales están vinculadas a tradiciones científicas, a distintas formas de entender

1. Nos referimos específicamente a la obra que escribió junto con Alberto Marradi y Nélica Archenti (2007), *Metodologías de las ciencias sociales*, donde Piovani escribió un capítulo dedicado a “El diseño de la investigación”. Se trata de un apartado breve que trabaja los principales elementos de la investigación social pero que a su vez es recomendable para acercarse a algunos debates que los especialistas han desarrollado en torno a ellos.

la ciencia y la realidad. Por lo tanto, una definición implica una toma de posición. (2007, p. 71)

En efecto, para la bibliotecología –la ciencia que estudia los sistemas de organización y acceso a la información desde las bibliotecas universitarias, las especializadas o los centros de documentación–, las palabras clave son la representación del conocimiento en códigos, en palabras, en signos (en términos lingüísticos): una representación de carácter intelectual de las temáticas por parte del investigador, que define el contenido del trabajo de investigación académica y científica. Para esta disciplina las palabras clave se dividen en dos partes: en primer término está el lenguaje natural de los autores, quienes las eligen de acuerdo a como consideren que puede ser representado el contenido de sus investigaciones y plantean entonces los puntos de acceso al documento; en segunda instancia, esas palabras tienen que ser “traducidas” al lenguaje controlado, que es la lista de palabras clave, de autoridades o de tesauros² conformada para el acceso y recuperación de información desde las bibliotecas o centros de documentación.

En el campo de las ciencias sociales existe una complejidad en cuanto al tratamiento de la información por parte de los investigadores, los analistas y los bibliotecarios al momento de indizar un ar-

2. Los tesauros son listas de términos autorizados y de uso regional o universal, de cobertura general o especializada. En este documento se toma como referencia el tesoro de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), que es un claro ejemplo de cómo una propuesta con pretensión universal no puede comprender todas las particularidades de la investigación que se realiza en la comunidad universitaria a nivel local y regional. Por ejemplo, este tesoro no incluye palabras de hechos histórico-sociales ocurridos en nuestro país, que se instalaron en el colectivo imaginario de nuestra sociedad y están vinculados al discurso de las representaciones sociales; términos como “piquete”, “cacerolazo” o “empoderamiento” caen por fuera de este ordenamiento y es entonces cuando se hace necesario contemplar las especificidades de la investigación local o regional en nuevos y más actuales consensos, para evitar obstaculizar la búsqueda y recuperación de información. El tesoro de la UNESCO está disponible en <http://databases.unesco.org/thesp/> (consultado en junio de 2015).

título científico. Esta tarea, que consiste en la asignación de palabras clave para realizar las búsquedas y recuperación de información por parte del usuario, incluye una serie de ambigüedades en cuanto al tratamiento terminológico, ya que muestra las palabras aceptadas universalmente pero no incluye los localismos. De esta manera muchos tesauros –como el de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), que abarca varias disciplinas, entre ellas, el periodismo y la comunicación social–, no consideran cuestiones sociales y políticas, hechos históricos que van marcando situaciones denominadas de una forma específica en nuestro país o región. Esto motiva la necesidad de diseñar un lenguaje controlado que contemple esas denominaciones tanto para la búsqueda de información académica editada, así como para la ubicación de documentos científicos.

¿Y por qué razón es necesario un lenguaje controlado en las bibliotecas y centros de documentación especializados?. Porque estos lenguajes intentan uniformar tanto los términos autorizados por los propios autores, como recuperar la información circulante en una sociedad con términos utilizados por los investigadores y los lectores al realizar sus búsquedas bibliográficas.

Por otro lado, las bibliotecas utilizan sistemas de clasificación del conocimiento, esto es, sistemas que en forma de códigos, números y signos representan contenidos temáticos. Un ejemplo de ello es la Clasificación Decimal Universal (CDU), que consiste en un sistema clasificatorio de diez dígitos subdivididos en otras diez categorías, partiendo de un tema principal a otros particulares. Este tipo de clasificaciones son las que se utilizan en las bibliotecas para unificar criterios entre aquellas múltiples y diversas representaciones del conocimiento expresado en el contenido de los documentos y para la distribución de fuentes de información en temas específicos.

En este marco, las palabras clave –también llamadas descriptores³–, pueden estar validadas a nivel general o local y específico de un tipo de investigación. Justamente para estos casos es que al momento

de organizar el material publicado se las utiliza como traducciones, porque puede ser que la sociedad no sepa qué significan los términos seleccionados por el investigador. De esta manera, a una palabra clave “x” utilizada por el autor, un bibliotecario o analista de la información recurrirá a herramientas específicas como las CDU con el fin de unificar criterios y representar de manera más pertinente esa información sociológica, periodística, comunicacional, etcétera. El fin último es lograr una mejor recepción en el uso de la terminología por parte de los autores y los lectores usuarios.

En la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata se desarrolla hace ya algunos años un proyecto⁴ de sistematización de palabras clave en base a los términos que aparecen en el Documento Curricular y Plan de Estudios de 1998. El objetivo es incentivar en los autores e investigadores el uso de una terminología periodística y comunicacional coherente y acorde con estos planes y, a su vez, establecer una articulación en el uso de las palabras clave o descriptores, tanto en los artículos publicados como en la búsqueda y recuperación temática en el Catálogo Virtual de la Biblioteca.⁵ Dicho proceso consistió en sistematizar las colecciones que se encuentran en el CDM de esta institución con el objetivo de organizar los libros por grupos temáticos específicos, acordes a la comunidad de usuarios que la frecuenta: docentes, investigadores, becarios y alumnos de grado y posgrado.

3. En lo referido a los lenguajes controlados, las palabras clave pueden ser construidas para su utilización en una zona geográfica, o incluso a veces, en un campo institucional o disciplinario específico. Por esta razón, en las bibliotecas a las palabras clave se les llama “descriptores”, puesto que su función principal es organizar y describir el material indizado a los fines de facilitar su acceso y visibilidad para toda la comunidad de usuarios lectores de manera democrática y precisa.

4. El presente trabajo es resultado, en parte, de la tesis de grado *Lenguaje periodístico y comunicacional: la búsqueda y la recuperación temática*, que realiza Blanca Ramos para la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata.

5. Se puede ingresar al Catálogo de la Biblioteca (CDM) desde la página web de la facultad, o ingresando directamente en <http://www.perio.unlp.edu.ar/node/254> (actualizado en 2015).

Para ello, el primer paso fue reformular el sistema de CDU que si bien utiliza códigos e identificadores temporales, geográficos y formatos, no cubren las expectativas de la comunidad de usuarios de esta Facultad. En segunda instancia, se resolvió adoptar los términos del lenguaje natural que utiliza esta comunidad universitaria, revisando y extrayendo términos de los contenidos curriculares de los programas de estudio. Actualmente el proyecto constituye un listado alfabético de alrededor de 300 términos del campo del periodismo y de la comunicación.⁶

Cierto es que no todas las producciones exigen que el autor seleccione las palabras clave que identifiquen o representen su texto, pero de cualquier manera, al momento de catalogar dicho material, las editoriales y las bibliotecas eligen descriptores de acuerdo a una clasificación originada en las necesidades del derecho de autor. En el caso de los libros, para poder otorgarle el número de ISBN (International Serial Book Number, código estandarizado para este tipo de obras) se utiliza mayormente el sistema de códigos de clasificación temáticos CDD 306, que se basa en la Clasificación Decimal Dewey de 1976. Sin embargo, este tipo de códigos también están desactualizados en relación al crecimiento y subclasificación que han adquirido hoy día los diferentes campos del conocimiento, ya que en rigor se trata de un Código de Clasificación Decimal desarrollado sobre la teoría de la organización del conocimiento de Francis Bacon a fines de la Edad Media (Lamanna, 1964, p. 24).

Pero, en definitiva, ¿cómo elegir las palabras clave y cuántas se debe seleccionar?

Generalmente se solicitan entre tres y seis términos que definan el trabajo, y entre ellos no deben faltar los que identifiquen el objeto de estudio, el espacio geográfico-institucional y el sujeto de la inves-

6. La clasificación “Periodismo” concierne a las distintas producciones mediáticas, mientras que “Comunicación” abarca subcampos definidos por su vinculación con “Política”, “Educación”, “Cultura”, etcétera.

tigación, lo que es particularmente importante en los estudios provenientes de las ciencias sociales.

Desde el punto de vista de la bibliotecología, las palabras clave se seleccionan en la identificación de temas representativos de esa investigación en particular, que pueden traducirse hasta en cuatro términos, y luego la referencia geográfica y/o temporal. Aquí, el objeto de estudio es el término general/específico, mientras que el sujeto y el espacio (geográfico-temporal) son términos específicos/subtemas vinculados.

Claramente, para los bibliotecarios esta selección es más sencilla, puesto que tiene de base aquellas que el autor ha seleccionado para la conformación del título de su trabajo académico, y las propias palabras clave, en el caso de haber recordado incorporarlas.

A quienes recién se inician en la escritura académica se les recomienda no dejar la elección de las palabras clave para el final de la tesis, puesto que para ese entonces ya será demasiado tarde: todo lo trabajado será importante, y por ende, nada será lo suficientemente relevante para identificar el trabajo.

Sin embargo, hay algunos pasos previos obligatorios en los que se puede ir adelantando el ejercicio de identificación de términos representativos, como por ejemplo, la construcción del tema problema –esto es, la definición de la pregunta y el planteo del objetivo principal del trabajo– o, más adelante, la construcción de los marcos teóricos o metodológicos, dependiendo de dónde esté el aporte de la investigación. Pero, cuidado con esto último: no todos los conceptos utilizados en los marcos teórico-metodológicos son palabras clave, ni tampoco lo son los términos que más se repiten; la atención debe estar en aquellas ideas que dan sentido a la investigación y luego, a la identificación de aquellas que son más generales o, lo que es lo mismo, que representan una autoridad respecto de las otras. También pueden ser obtenidas de los resúmenes, siempre que éstos sean resultado de una revisión y correcta síntesis de la investigación realizada.

Desde la bibliotecología se recomienda asignar palabras clave específicas, similares a las que los propios investigadores pudieran escribir en los buscadores de las bibliotecas o centros de documentación, es decir, su lenguaje natural.

Por último, si la biblioteca y las editoriales tienen sus propios criterios y descriptores, ¿por qué deberían los autores identificar esas molestas palabras clave?. Sencillamente porque suya es la potestad de elegir qué es importante en su trabajo, mientras que los bibliotecarios son los intermediarios entre ese lenguaje natural del investigador y los intereses del lector, que de otra forma, jamás podría acceder a aquel producto que tanto tiempo y esfuerzo costó concluir (salvo, claro, que quiera buscarlo estante por estante...).

Referencias bibliográficas

- Guinchat, C.; Menou, M. (1992). *Introducción general a las ciencias de la información y documentación*. Madrid: CINDOC.
- Lamanna, P. E. (1964). *Historia de la filosofía*, Buenos Aires: Hachette, vol. 3.
- Martínez Tamayo, A. M.; Valdez, J. (2009). *Indización y clasificación en bibliotecas*. Buenos Aires: Alfagrama.
- Piovani, J. (2007). “El diseño de la investigación”. En Marradi, A.; Archenti, N.; Piovani, J. (comp.). *Metodologías de las ciencias sociales*. Buenos Aires: Emecé.

Ideología en el lenguaje: ¿norteamericano o estadounidense?

Rocío Callero

Es incorrecto nombrar el todo por la parte. Por ejemplo: “En 1807, Europa invadió España”, en vez de “En 1807, Francia invadió España”. Es por eso que es incorrecto utilizar “norteamericano” (el todo) en vez de “estadounidense” (la parte): cuando hablamos de un norteamericano podemos referirnos a cualquier persona de América del Norte, donde se ubican los siguientes países: Bermudas, Canadá, Estados Unidos, Groenlandia, México y San Pedro y Miquelón. En cambio, si decimos estadounidense, nos referimos a alguien natural de Estados Unidos.

¿Cuándo es América Latina y cuándo Latinoamérica?

Según la Real Academia Española, *Latinoamérica* engloba el conjunto de países del continente americano en los que se hablan lenguas derivadas del latín (español, portugués y francés), en oposición a la América de habla inglesa. Es igualmente correcta la denominación *América Latina*. Para referirse exclusivamente a los países de lengua española es más propio usar el término específico *Hispanoamérica* o, si se incluye Brasil, país de habla portuguesa, el término *Iberoamérica*. Debe escribirse siempre en una sola palabra, de modo que no son correctas grafías como *Latino América* o *Latino-América*. Su gentilicio es *latinoamericano*.

Sin embargo, otros territorios americanos donde también se hablan lenguas romances, que formarían parte de América Latina desde el punto de vista lingüístico, son:

Las provincias canadienses donde el francés es lengua oficial: Quebec, de mayoría francófona, y Nuevo Brunswick donde los acadianos son alrededor de un tercio de la población;

Las colectividades de ultramar francesas de San Pedro y Miquelón, San Martín y San Bartolomé; los departamentos de ultramar franceses de Guayana Francesa, Martinica y Guadalupe;

Los estados estadounidenses de Luisiana (donde el cajún es hablado por el 5% de la población), y Nuevo México, Florida, Texas, Arizona y California (donde el español es ampliamente hablado).

Pero, en realidad, cuando se habla de “Latinoamérica” o “América Latina”, se quiere denominar a los países que comparten inmensas similitudes culturales por haber sido territorios coloniales de España, Portugal y Francia. Suele referirse cultural y exclusivamente a los países de habla española y portuguesa del continente americano, incluyendo a Puerto Rico, aunque sea un Estado Libre Asociado de los Estados Unidos de América (Haití es incluido a veces porque comparte la isla de La Española con la República Dominicana).

Extranjerismos

Damián Le Moal

El uso de extranjerismos en nuestro idioma tiene normativas vigentes basadas en criterios generales de aplicación. A saber:

1- Equivalentes en español: se trata de aquellas palabras extranjeras que tienen sus equivalentes en castellano. Por ende, traducirlas es innecesario. Se denominan extranjerismos superfluos, ya que un concepto en castellano guarda su mismo significado y no altera las partes y/o la totalidad del texto. Ejemplo: *magazine* (revista); *staff* (equipo editor); *book* (libro).

2- Extranjerismo necesario: son aquellos para los cuales no hay una traducción al castellano precisa. También entran en esta categoría aquellas palabras cuyo uso se ha extendido e incorporado al vocabulario español.

En este caso hay dos opciones:

a. Se mantiene la grafía y su pronunciación: esta variable encierra los extranjerismos arraigados en la lengua, como pueden ser *software* o *jazz*. En estos casos, si se desea resaltar su condición de extranjerismos crudos, puede resaltar con cursiva o comillas, denotando que es ajeno a la ortografía española y que su pronunciación no corresponde a su forma escrita.

b. Se adapta la pronunciación o de la grafía originales. La adaptación se hace en pos de preservar la cohesión

entre la fonética y la grafía característica de la lengua española. En esta opción existen, a su vez, tres variables: se mantiene la grafía original, pero se pronuncia en castellano, con acentuación según las reglas españolas; por ejemplo, para *master*, se mantiene la grafía y se acentúa castellanizándola: *máster*; se mantiene la pronunciación original, pero se adapta la grafía al sistema español; por ejemplo: la palabra *paddle*, sería *pádel*; en ciertos casos, puede realizarse ambas soluciones, por ejemplo *búmeran* para *boomerang*.

3- Existe a su vez, un tercer criterio de adaptación que consiste en la traducción o calco del significado. Es una variable más directa, por ejemplo: *derivación coronaria* por *by pass* o *tiempo completo* para *full-time*.

A su vez, se debe destacar que en diferentes países de habla hispana, los extranjerismos han tenido diferentes tratamientos. Ejemplo: *basketball* fue adaptado como *básquet* en Argentina, *básquetbol* en México y *baloncesto* en España.

Si bien no se recomienda usar extranjerismos innecesarios o superfluos, para la corrección debe entenderse que de ninguna manera son formas incorrectas, sino grafías propias de otras lenguas. Por lo cual, la corrección debe atenerse a los manuales de estilo que rijan la publicación.

Dequeísmo y queísmo: errores y aciertos

María Soledad Iunino

Aquí nos detendremos a explicar el uso frecuente de *de que* y *que*, como así también se hará hincapié en su correcta utilización en la escritura. Es habitual utilizar en la oralidad estas construcciones gramaticales que, en la mayoría de los casos, se emplean de manera incorrecta.

Primero se hará mención de lo que comúnmente se denomina *dequeísmo* con el propósito de erradicar esos vicios sintácticos utilizados a la hora de redactar un texto.

Esta construcción consiste en ubicar de manera errónea la preposición de delante de una proposición sustantiva encabezada por *que*, con la función de sujeto, atributo o complemento directo. En muchas oportunidades aparecen ubicados tanto la preposición *de* como el *que* de manera seguida cuando en realidad es necesaria sólo la utilización de *que*.

En estos casos, el uso de la preposición *de* no cumple ninguna función dentro de la construcción gramatical debido a que las proposiciones subordinadas sustantivas de sujeto, atributo y complemento directo no necesitan de un índice funcional. Sin embargo, el nexo *que* tiene asignada una función específica que consiste en convertir a la siguiente construcción en un sustantivo.

Para que el lector entienda a qué nos referimos, se pondrá una serie de ejemplos específicos sobre estas construcciones a fin de poder detectar el uso debido e indebido de *de que*:

De sujeto:

Es correcto decir:	Es incorrecto decir:
Cree <i>que</i> viaja mañana.	* Cree <i>de que</i> viaja mañana.
Es seguro <i>que</i> viajará mañana.	* Es seguro <i>de que</i> viajará mañana.

Sin embargo, como en toda regla general existen algunas excepciones a considerar. Tal es el caso del verbo pronominal alegrarse que sí exige un complemento precedido de la preposición *de*. Por ejemplo:

Me alegro *de que* viajes mañana.

De atributo:

Es correcto decir:	Es incorrecto decir:
El caso parece <i>que</i> está cerrado.	* El caso parece <i>de que</i> está cerrado.
Mi deseo es <i>que</i> encuentres amor.	* Mi deseo es <i>de que</i> encuentres amor.

De complemento directo:

Es correcto decir:	Es incorrecto decir:
Creemos <i>que</i> el perro está muerto.	* Creemos <i>de que</i> el perro está muerto.
Esperamos <i>que</i> el perro esté bien.	* Esperamos <i>de que</i> el perro esté bien.

En estos ejemplos también se tiene en cuenta la correcta utilización de *que* en las locuciones conjuntivas:

Es correcto decir:	Es incorrecto decir:
A menos <i>que</i> ...	* A menos <i>de que</i> ...
A medida <i>que</i> ...	* A medida <i>de que</i> ...

El otro fenómeno que se encuentra a menudo es el *queísmo*, que consiste en la omisión de la preposición *de* delante de la conjunción *que* cuando es exigida por un verbo, un sustantivo o un adjetivo ubicado en el enunciado.

En estos casos, la preposición *de* no debe suprimirse para verbos que llevan un complemento de régimen como *acordarse*, *olvidarse*, *arrepentirse*, entre otros.

Es correcto decir:	Es incorrecto decir:
Me acordé <i>de que</i> no puedo ir.	* Me acordé <i>que</i> no puedo ir.
Está arrepentido <i>de que</i> no irá.	* Está arrepentido <i>que</i> no irá.

Al mismo tiempo, se encuentran construcciones gramaticales en donde el índice funcional *de* no debe de omitirse ya que hay sustantivos y adjetivos que funcionan con su aplicación. Por ejemplo, en construcciones como a condición *de que*; con ganas *de que*; convencido *de que*.

Es correcto decir:	Es incorrecto decir:
Tengo ganas <i>de que</i> venga	* Tengo ganas <i>que</i> venga
Estoy convencido <i>de que</i> vendrá	* Estoy convencido <i>que</i> vendrá

Por otro lado, es incorrecta la supresión de *de* en algunas locuciones:

Es correcto decir:	Es incorrecto decir:
A pesar <i>de que</i> ...	* A pesar <i>que</i> ...
A fin <i>de que</i> ...	* A fin <i>que</i> ...

Empleo del gerundio

Cecilia Soto

El gerundio es, principalmente, un verbo adverbio o un adverbio verbal, o sea, una forma verbal que tiene como función básica servir de modificador a otro verbo:

Mi hermana estudia escuchando música.

En este ejemplo, el gerundio “escuchando” modifica al verbo “estudia”.

El gerundio es además una forma no personal del verbo (por sí mismo, no indica persona gramatical) que tiene una forma simple: amando, temiendo, partiendo; y una forma compuesta: habiendo amado, habiendo temido, habiendo partido. El gerundio simple siempre expresa simultaneidad o anterioridad, nunca posterioridad, respecto del verbo principal; el gerundio compuesto sólo expresa anterioridad respecto de este verbo:

Simultaneidad	Anterioridad
<i>Entró abriendo la puerta.</i>	<i>Escuchando sus palabras, entenderás lo que te digo.</i>
<i>Cocina escuchando radio.</i>	<i>Habiendo llegado Juan, podemos dar por comenzada la reunión.</i>

Es incorrecto el gerundio de posterioridad, es decir, el que indica un hecho o suceso posterior al del verbo principal:

Posterioridad	
Uso incorrecto	Uso correcto
<i>* Los ladrones huyeron siendo detenidos tres horas más tarde.</i>	<i>Los ladrones huyeron y fueron detenidos tres horas más tarde.</i>
<i>* Se enfermó, faltando una semana al trabajo.</i>	<i>Se enfermó y faltó una semana al trabajo.</i>

Cuando el gerundio actúa como modificador o complemento circunstancial de un verbo puede tener distintos valores:

Modal	Complemento de modo	Responde a la pregunta ¿cómo?, ¿de qué modo? Y forma una proposición adverbial modal.	<i>Empezó su discurso agradeciendo a todos.</i>
Temporal	Complemento de tiempo	Responde a la pregunta ¿cuándo?, y forma una proposición adverbial temporal.	<i>Habiendo recibido su título, se fue a vivir a otro país.</i>
Causal	Complemento de causa	Responde a la pregunta ¿por qué?, y forma una proposición adverbial causal.	<i>Sabiendo que estabas dentro, no quiso entrar.</i>
Concesivo	Indica una concesión	Forma una proposición adverbial concesiva.	<i>Aun siendo inocente, fue condenado.</i>

Condicional	Indica una condición	Forma una proposición adverbial condicional.	<i>Llamando al 0800-222, obtendrá información sobre nuestros servicios.</i>
--------------------	----------------------	--	---

La acción denotada por el gerundio expresa una circunstancia (modo, tiempo, causa), una condición o una concesión respecto del verbo principal. Si la relación entre el gerundio y el verbo principal es de otro tipo, por ejemplo, si el gerundio expresa la consecuencia o la finalidad de la acción del verbo principal, el empleo del gerundio resulta incorrecto:

Uso incorrecto	Uso correcto
<i>*Estudió durante el verano, pudiendo recibirse a principios de marzo.</i>	<i>Estudió durante el verano, por lo tanto pudo recibirse a principios de marzo.</i>

En general, el sujeto del gerundio es el mismo que el del verbo principal, pero en algunos casos puede tener como sujeto al objeto directo del verbo principal. Esto sucede sólo en los casos en que el verbo principal significa percepción (ver, observar, oír, escuchar, notar, encontrar, etc.) o representación (representar, pintar, dibujar, mostrar, imaginar, etc.):

*Vimos a los chicos estudiando.
 Encontró a su hermano caminando por la calle.
 La dibujó corriendo por el bosque.
 Describió a su hijo tocando la guitarra.*

Estos casos pueden representar ambigüedades, en tanto que resulta confuso si el gerundio modifica al sujeto o al objeto directo. Por ejem-

plo en la segunda oración: *Encontró a su hermano caminando por la calle*, el sujeto del verbo caminando puede ser tanto su hermano como la persona que lo encontró, por lo tanto se recomienda evitar estos usos. El gerundio puede tener un sujeto propio distinto del sujeto del verbo principal. Se dice en estos casos que el gerundio está en construcción absoluta, dado que tiene un sujeto independiente. Las construcciones absolutas aparecen separadas por comas de la oración principal:

Gobernando Alfonsín, nació mi primer hijo.
Jugando Messi, la victoria está asegurada.
Aun no viniendo Juan, haremos ese viaje.

Es frecuente, en general por imitación del inglés, el uso del gerundio en lugar de una oración adjetiva o de relativo, es decir, de una proposición introducida por un pronombre relativo (que, quien, el cual, que pueden aparecer precedidos de una preposición). Es el gerundio que se emplea como modificador directo de un sustantivo, función que corresponde a los adjetivos (la naturaleza del gerundio es fundamentalmente adverbial). A este uso incorrecto se lo llama “gerundio especificativo”:

Uso incorrecto	Uso correcto
<i>*Han aprobado la ley regulando el precio de la yerba.</i>	<i>Han aprobado la ley que regula el precio de la yerba.</i>
<i>*No encuentro el manual explicando el armado de la PC.</i>	<i>No encuentro el manual que explica el armado de la PC.</i>

Sin embargo, algunos gerundios adjetivos han sido admitidos por su cristalización en el uso:

Agua hirviendo.
Antorchas ardiendo.
Hombres trabajando.

Por último, otro de los usos incorrectos del gerundio es el que modifica a un objeto indirecto o a circunstanciales. El gerundio puede complementar al sujeto, y en ocasiones al objeto directo, pero resulta incorrecto su empleo cuando acompaña a nombres con función de objeto indirecto o de circunstancial:

Gerundio de mandato	Puede ser empleado para órdenes cuando se supone que la acción ya ha comenzado a ser realizada.	¡Andando!
Gerundio descriptivo	Es frecuente en el discurso periodístico y se emplea para la descripción de personas o situaciones al pie de un cuadro o una foto.	El Gobernador saludando a sus ministros.
Gerundio exclamativo-interrogativo	Se usa asociado a un fuerte carácter expresivo y es característico de la lengua oral.	¿Otra vez gritando? ¡Un águila volando!
Gerundio fático	Expresa esta función de la comunicación y se emplea para introducir un cambio de tema en la conversación o para señalar que el tema se vincula con lo dicho anteriormente.	<i>Cambiando de tema ¿qué pasó el otro día?</i> <i>Hablando de Juan, ¿qué te parece lo que dijo?</i>

Uso incorrecto	Uso correcto
*Les dieron una beca a estudiantes sabiendo chino.	Les dieron una beca a estudiantes que sabían chino.
*Vive en una casa teniendo balcón terraza.	Vive en una casa que tiene balcón terraza.

La correlación verbal o sobre la máquina de tiempos

Martín Dupaus

Mucho se ha escrito –y se seguirá escribiendo seguramente– sobre la correlación de los tiempos verbales en español. En el presente artículo se brindará un resumen sobre los casos canónicos o normativos más usuales en la oración compleja, la cláusula condicional con “si” y la narración.

Correlación verbal en la oración compleja

En primer lugar, la concordancia temporal se define como “la correspondencia que se establece entre dos formas verbales, una de las cuales (en adelante, V1) aparece en una oración principal, y la otra (en adelante, V2) aparece en una oración subordinada” (RAE, 2009, § 24.7a).

Ejemplo:

Pedro quería que vos nos ayudaras con la fiesta.

V1

V2

V1: Pretérito imperfecto del modo indicativo.

V2: Pretérito imperfecto del modo subjuntivo.

El verbo de la oración principal está en tiempo pasado del indicativo; por tanto, el verbo de la subordinada adopta una forma subjuntiva en el pasado.¹

1. Ver en el siguiente cuadro: pretérito imperfecto del Indicativo + pretérito imperfecto del Subjuntivo.

Dicho esto, en el siguiente cuadro se desarrollan algunos casos puntuales de correlación verbal en la oración compleja.

<p>PRESENTE Presente del modo indicativo</p>	<p>Presente – Subjuntivo <i>Necesito que compres 1 kilo de manzanas.</i></p>
	<p>Pretérito perfecto – Subjuntivo <i>No creo que hayas venido a nuestra clase.</i> (Verbos que expresan duda, deseo, obligación o voluntad sobre un hecho en el pasado)</p>
	<p>Pretérito perfecto compuesto – Indicativo <i>Él piensa que has cometido un grave error.</i> (Los efectos del error persisten en el presente)</p>
	<p>Pretérito perfecto simple – Indicativo <i>Él piensa que cometiste un grave error.</i> (Los efectos del error remiten a un pasado acabado)</p>
	<p>Futuro imperfecto – Indicativo <i>El artículo señala que él no será el candidato de 2015.</i></p>
<p>PASADO Pretérito perfecto simple del modo indicativo</p>	<p>Pretérito imperfecto del indicativo Recordó que ella sólo comía dulces. (Acción en el pasado, durativa)</p> <p>Pretérito pluscuamperfecto – Indicativo Calculó que el ladrón había estado dos horas antes. (Acción en el pasado)</p>
	<p>Condicional simple – Indicativo La madre deslizó que María no participaría en el congreso. (Acción futura en el pasado)</p>

PASADO Pretérito perfecto simple del modo indicativo	Pretérito imperfecto – Subjuntivo <i>El policía ordenó que se retirasen.</i> Esta correlación muchas veces no se respeta cuando la intención es resaltar el carácter temporal presente de la acción: <i>El policía ordenó que se retiren.</i>
	Pretérito pluscuamperfecto – Subjuntivo <i>El testigo negó que vos hubieras cometido el asesinato.</i>
PASADO Pretérito perfecto compuesto del modo indicativo	Presente – Subjuntivo Nos ha propuesto que cantemos mañana en el festival.
PASADO Pretérito imperfecto del modo indicativo	Pretérito imperfecto – Subjuntivo <i>El correo recomendaba que practicaran los ejercicios durante las vacaciones.</i> Esta correlación muchas veces no se respeta cuando la intención es resaltar el carácter temporal presente de la acción: <i>Pedro quería que vos nos ayudes con la organización de la fiesta.</i>
	Pretérito pluscuamperfecto – Subjuntivo <i>Tu madre anhelaba que hubieras terminado los estudios en marzo.</i> (Deseo en el pasado que no se cumplió)

Correlación verbal en la cláusula condicional con “si”

En este tipo de cláusulas, podemos distinguir tres tipos:

1. Cláusula condicional del primer tipo: condición posible o real.
2. Cláusula condicional del segundo tipo: condición probable o irreal.

3. Cláusula condicional del tercer tipo: condición imposible.

1. Cláusula condicional del primer tipo: condición posible o real

Si + presente del modo indicativo (*)	Presente (indicativo)	Si llueve mucho, me quedo en casa.
	Futuro (indicativo)	Si llueve mucho, me quedaré en casa.
	Imperativo (indicativo)	Si llueve mucho, ¡quédate en casa!

(*) Observación: El presente del modo indicativo puede ser reemplazado en este caso por el pretérito perfecto compuesto del mismo modo.

Si has corrido tanto es porque te sientes bien.

Si María se ha enfadado ha sido porque le has mentado.

2. Cláusula condicional del segundo tipo: condición probable o irreal

Este tipo de frase condicional expresa una situación hipotética o improbable que no ocurre en el momento presente. Ahora bien, esto no implica que no se pueda cumplir en el futuro.

Si + pretérito imperfecto del modo subjuntivo	Condicional simple (indicativo)	<i>Si yo ganara un mejor sueldo, me compraría una moto.</i>
	Condicional compuesto (indicativo)	<i>Si yo ganara un mejor sueldo, me habría comprado una moto.</i>

3. Cláusula condicional del tercer tipo: condición imposible

Este tipo de frase expresa una situación hipotética pasada que no sucedió, pero cuyas consecuencias influyen para que algo no ocurra en el presente.

Si + pretérito pluscuamperfecto del modo subjuntivo	Condicional simple (indicativo)	<i>Si hubiese aceptado su propuesta, estaría navegando por el Mediterráneo.</i>
	Condicional compuesto (indicativo)	<i>Si hubiese aceptado su propuesta, me habría instalado en Roma.</i>

Correlación verbal en la narración

En la narración se disponen los sucesos y acciones según un orden temporal dado por el tiempo de base, es decir, el tiempo que elige el narrador para contar su historia. Generalmente, se trata del presente o pretérito perfecto simple, ambos del modo indicativo.

Narración en presente

Pretérito perfecto simple Pretérito perfecto compuesto	Presente	Futuro
Se emplean para indicar un hecho previo al presente.	Tiempo de base de la narración.	Se emplea para indicar un hecho futuro con respecto al presente.

Ejemplo:

Rocío finalmente **decide** viajar por América Latina. De esta forma, **aprovechará** los pasajes que su madre **compró** dos meses atrás.

Narración en pasado

Pretérito pluscuamperfecto	Pretérito perfecto simple	Condicional simple
Indica un hecho previo a otro pasado.	Tiempo base de la narración. Indica una acción puntual en el pasado que ya está finalizada. Este tiempo se emplea alternado con el pretérito imperfecto para descripciones y acciones secundarias.	Señala un hecho futuro o posible con respecto al pasado.

Ejemplo:

*Rocío finalmente **decidió** viajar por América Latina. De esta forma, **aprovecharía** los pasajes que su madre **había comprado** dos meses atrás.*

Referencias bibliográficas

Real Academia Española (2009). *Nueva gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa Libros.

Reglas especiales de acentuación

Julieta Haramboure

Muchas veces dudamos acerca de la acentuación en una palabra¹. Tratamos de recordar las reglas generales de acentuación en español, que clasifican a las palabras en agudas, graves y esdrújulas², pero vemos que no logran aclararnos el dilema. Seguramente, estamos frente a un caso especial de acentuación. Para eso, hay una serie de reglas particulares que resultan muy útiles:

Acentuación de monosílabos

Por regla general, las palabras de una sola sílaba no llevan tilde. Aunque existen muchas excepciones, como ocurre en el caso de la tilde diacrítica, es un error común ver verbos en pretérito de una sola sílaba y con tilde: *vió, *dió, *ví, *fué.

Tilde diacrítica en monosílabos

Es un acento ortográfico que sirve para diferenciar pares de palabras homógrafas, es decir, de igual escritura, pero que poseen di-

1. Vale una aclaración: nos referimos con “tilde” al acento ortográfico que llevan algunas palabras a partir de una regla. No debemos confundir con “acento prosódico”, que es el mayor sonido que recae en una sílaba de determinada palabra, y que lo llevan todas ellas.

2. Breve repaso de las reglas generales de acentuación: Son agudas las palabras cuya sílaba tónica recae sobre la última sílaba, y llevan acento aquellas palabras que acaban en vocal, -n, -s (oración, papel, comió, jamás). Son graves aquellas palabras cuya sílaba tónica recae sobre la penúltima sílaba, y no terminan en vocal, -n, -s. (árbol, cadáver, libro, difícil). Son esdrújulas las palabras cuya sílaba tónica recae sobre la antepenúltima sílaba y siempre llevan tilde (música, cántaro, página).

ferente función y significado. Se usa especialmente en monosílabos, pero también pueden llevar tilde diacrítica otro tipo de palabras. Su uso apropiado contribuye a la claridad en la producción e interpretación de un texto. Aquí van todos los monosílabos que generan dudas:

Con tilde	Sin tilde
Dé: conjugación del verbo dar "Quiero que me <i>dé</i> el lápiz"	De: preposición "La torta <i>de</i> chocolate"
Él: pronombre personal "Él llegó de sus vacaciones"	El: artículo "El campo está despoblado"
Mí: pronombre personal "A mí me gusta la primavera"	Mi: adjetivo posesivo "Mi computadora se rompió"
	Mi: sustantivo (nota musical) "El mi está entre el re y el fa"
Sí: adverbio de afirmación "Sí, quiero café"	Si: conjunción condicional "Si quiero café, te aviso"
Sí: pronombre personal "Se pregunta a sí mismo"	Si: sustantivo (nota musical) "Sonata en si bemol"
Té: sustantivo "Me gustaría tomar un té"	Te: pronombre personal "Te extraño"
Tú: pronombre personal "Tú me has llamado"	Tu: adjetivo posesivo "Admiro tu paciencia"
Sé: conjugación del verbo saber "No sé el motivo de su disgusto"	Se: pronombre "No se sabe el motivo"
Sé: conjugación del verbo ser "Sé bueno con tus compañeros"	
Más: adverbio de cantidad "Quiero más vacaciones"	Mas: conjunción adversativa (sinónimo: pero) "Lo invitaron, mas no asistió"
Aún: adverbio de tiempo (sinónimo: todavía) "Aún no llegó"	Aun: adverbio de modo (sinónimo: incluso) "Aun los días de lluvia, sale a correr"

Qué, Quién, Cómo, Cuándo, Cuál, Dónde, Por qué ³ : pronombres enfáticos (para interrogaciones y exclamaciones directas o indirectas) “¿Qué te pasó?” Me preguntó dónde vivía	Que, Quien, Como, Cuando, Cual, Donde, Porque: pronombres relativos “El vecino que vive en la esquina” “La casa donde vive está en venta”
---	--

El adverbio solo y los pronombres demostrativos

La palabra *solo*, tanto cuando es adverbio y equivale a *solamente* (“Solo llevaba un par de monedas en el bolsillo”) como cuando es adjetivo (“No me gusta estar *solo*”), así como los demostrativos *este*, *ese* y *aquel*, con sus femeninos y plurales, funcionen como pronombres (“Este es tonto”, “Quiero *aquella*”) o como determinantes (“*aquellos* tipos”, “la chica *esa*”), no deben llevar tilde según las reglas generales de acentuación, ya sea por tratarse de palabras terminadas en vocal o en -s, o, en el caso de *aquel*, por ser aguda y terminar en consonante distinta de *n* o *s*. Anteriormente, estas palabras llevaban tilde diacrítica para diferenciarse entre sí, pero la última actualización de la RAE anuncia que se podrá prescindir de la tilde en estas formas incluso en casos de ambigüedad. La recomendación general es no tildar nunca estas palabras⁴.

Palabras compuestas con guión y sin guión

En las palabras con guión, cada elemento conserva la acentuación que tenía cuando era una palabra simple. Por ejemplo: *teórico-práctico*.

3. Este término posee tres variantes según su significado y función, que se diferencian no solo a través de la tilde sino también por su grafía: por qué (pronombre enfático), porque (pronombre relativo), porqué (sustantivo: “No me dijo el *porqué*”).

4. Nota de los editores: sin embargo, la RAE ha reconocido que esta eliminación de las tildes no ha sido bien aceptada por la comunidad hispanoparlante y sigue habiendo gran número de casos donde la ambigüedad permanece si no se utiliza la tilde diacrítica.

En las palabras sin guion, se coloca tilde en la segunda, en caso que corresponda según las reglas generales de acentuación. La primera no lleva tilde, aunque la llevara cuando era una palabra simple. Por ejemplo: *traspíés*, *decimoséptimo*.

Adverbios terminados en -mente

Estos adverbios derivan de adjetivos. Si el adjetivo del cual deriva tiene tilde, el adverbio la mantiene en el mismo lugar. Si por el contrario, la forma simple no la lleva, el adverbio tampoco se tildará. Por ejemplo: *fácil*→ *fácilmente*, *fiel*→ *fielmente*.

Palabras con hiato acentual

Este tipo de hiato se produce cuando se encuentran en una misma sílaba una vocal cerrada tónica y una abierta átona. En estos casos, la vocal cerrada debe llevar tilde, independientemente de las reglas generales de acentuación. Por ejemplo: *día*, *reír*, *baúl*.

Tilde en mayúsculas

Las letras mayúsculas deben escribirse con tilde si les corresponde llevarla según las reglas generales de acentuación, tanto si se trata de palabras escritas en su totalidad con mayúsculas como si se trata únicamente de la mayúscula inicial: Ángel, ADMINISTRACIÓN.

Las únicas mayúsculas que no se acentúan son las que forman parte de las siglas; así, CIA (sigla del inglés *Central Intelligence Agency*) no lleva tilde, aunque el hiato entre la vocal cerrada tónica y la vocal abierta átona exigiría, según las reglas de acentuación, tildar la *i*.

El uso de la mayúscula

Mónica G. Mereles

La letra inicial de palabra se escribe con mayúscula en los siguientes casos:

Al comienzo de la oración, después de punto – aparte o seguido– y de puntos suspensivos:

No sé que contestó. Que el infeliz se iba... Nada ... Que un dolor ...

(Juan Ramón Jiménez)

Casi siempre, después de un signo de entonación (exclamación o interrogación):

¿Dónde vas? No es hora todavía

¡Ven acá! Estoy cansada de llamarte

El uso de la mayúscula después de dos puntos, se utiliza cuando se reproducen palabras o pensamientos textualmente:

Él me dijo: “He decidido estudiar”.

Obsérvese que después de los dos puntos debe escribirse con minúsculas. Sólo es obligatorio el uso de la mayúscula cuando sigue una transcripción literal:

Y los tres Reyes Magos repitieron como en un cántico: “Este es. Nosotros hemos visto su estrella”.

(Valle-Inclán)

Los nombres de las instituciones, entes, establecimientos o en los títulos de libros:

La Cabaña del Tío Tom
Banco de la Nación Argentina
Real Academia Española

Obsérvese que sólo llevan mayúsculas los sustantivos y los adjetivos.

Los nombres de períodos o sucesos históricos:

Revolución de Mayo
Edad Antigua
Siglo de Oro

Los nombres de personas, apellidos, apodos o epítetos:

Lorenzo de Medici fue llamado el Magno
Mariano Moreno fue uno de los gestores de nuestra nacionalidad
Alfonso el Sabio prohibió el uso del latín en los documentos públicos

Las palabras estado, corona, nación cuando se refieren a uno determinado:

La Corona inglesa interviene en el arbitraje.
El Estado argentino felicita a la Nación hermana.

Los nombres geográficos: ríos, montañas, mares, lagos, etc., así como regiones, países ciudades, pueblos, calles, plazas, barrios, edificios públicos, etc.:

El Lago Buenos Aires está en la Provincia de Santa Cruz.

Para ir a Chile atravesé los Andes.

El Río de la Plata desemboca en el Océano Atlántico.

El Parque Rivadavia está en Caballito entre las calles Rivadavia y Rosario.

Los alpinistas argentinos han escalado el Everest.

Los nombres de siglos:

El Cuatrocientos fue el más floreciente en la pintura italiana.

Los títulos honoríficos:

Llegó el Presidente junto a la Comisión Directiva.

No, en cambio: Llegó el presidente Lorenzo, con un grupo de personas.

En los diálogos cuando cambia el interlocutor:

Lucía: —¿Dónde fueron el viernes?

Verónica: —Al parque de diversiones.

Lucía: —Nosotros pensamos ir mañana.

Abuso de las mayúsculas

Algunos usan las mayúsculas, por ejemplo, para destacar el valor moral de ciertas palabras. Así escriben: Patria, Libertad, Héroe, Re-

ligión, etc., lo cual debe evitarse pues hace pesado el estilo de quien escribe sin mejorarlo en su contenido. Tampoco se escriben con mayúscula los nombres de las estaciones del año, de los meses, de los días, los nombres de ciencias o disciplinas, y los adjetivos gentilicios.

Referencias bibliográficas

Bianchi de Cortina, Edith (1979). *Gramática Estructural*. Buenos Aires: CORFER.

Ruiz, Adela (s/d). *Puntuación*, Apunte de Cátedra Taller de Producción Gráfica I (FPyCS, UNLP).

Siglas, años, números, siglos

Melisa Ramanauskas

Los números, las fechas, las décadas y las siglas tienen su forma de escritura. A continuación, mencionamos el estilo que recomienda la Real Academia Española para cada caso.

Números: ¿cifras o palabras?

Cifras

Se utilizan en las operaciones matemáticas, cálculos estadísticos, inventarios, tablas, gráficos y en textos científicos y técnicos. También en carteles, etiquetas, titulares periodísticos y textos publicitarios. No se recomienda utilizar en un mismo enunciado números escritos con cifras y números escritos con letra; si algún número forma serie con otros más complejos, es mejor escribirlos todos con cifras.

Deben escribirse con cifras aquellos números que exigirían el empleo de cuatro o más palabras en su escritura con letras: En verano la población asciende a 32 423 habitantes.

Los números formados por una parte entera y una decimal: El índice de natalidad es de 1,5 niños por mujer.

Los porcentajes superiores a diez: En las últimas elecciones votó el 84% de la población. No debe dejarse espacio de separación entre el número y el signo %. Hasta el diez suele alternar el empleo de cifras o palabras en la indicación de los porcentajes: el 3% (o tres por ciento) de los encuestados. El símbolo % debe leerse siempre *por ciento*, sal-

vo en el caso del 100%, que puede expresarse en letras de tres modos: *cien por cien, cien por ciento o ciento por ciento.*

Los números referidos a unidades de medida, cuando van seguidos del símbolo correspondiente: Mañana se alcanzarán los 15 °C.

Los números seguidos de la abreviatura del concepto que cuantifican: 45 págs. (cuarenta y cinco páginas), 2 vols. (dos volúmenes).

Al escribir números de más de cuatro cifras, se agruparán estas de tres en tres, empezando por la derecha, y separando los grupos por espacios en blanco: 8 327 451 (y no por puntos o comas). Los números de cuatro cifras se escriben sin espacios de separación: 2458. Nunca se escriben con puntos, comas ni blancos de separación los números referidos a años, páginas, versos, portales de vías urbanas, códigos postales, apartados de correos, números de artículos legales, decretos o leyes.

Palabras

Escribimos con letras los números que pueden expresarse en una sola palabra: del cero al veintinueve, las decenas (treinta, cuarenta, etc.) y las centenas (cien, doscientos, etc.); los números redondos que pueden expresarse en dos palabras (trescientos mil, dos millones, etc.); los números que se expresan en dos palabras unidas por la conjunción y (hasta noventa y nueve).

En el caso de los textos no técnicos es preferible escribir con letras los números no excesivamente complejos referidos a unidades de medida. En ese caso, no debe usarse el símbolo de la unidad, sino su nombre (ejemplo: recorrimos a pie los últimos veinte kilómetros). Cuando se utiliza el símbolo, es obligado escribir el número en cifras.

Todos los números aproximados o los usados con intención expresiva: Creo que nació en mil novecientos cincuenta y tantos; Habría unas ciento cincuenta mil personas en la manifestación; ¡Te lo he repetido un millón de veces y no me haces caso!.

Los números que forman parte de locuciones o frases hechas: No hay duda: es el número uno; Éramos cuatro gatos en la fiesta.

Números romanos: ¿versalitas o versales?

En la escritura de los números romanos deben utilizarse sólo letras con forma mayúscula. Cuando se refieran a sustantivos escritos en minúscula, se recomienda escribirlos en versalitas¹: siglo v, páginas XIX-XXIII; y en versales², cuando vayan solos o se refieran a sustantivos escritos con inicial mayúscula: Alfonso X, II Congreso Internacional.

Fecha

Las fechas pueden escribirse enteramente con letras, con una combinación de letras y números o solo con números. No es habitual escribir las fechas enteramente con letras: Veintiocho de septiembre de mil novecientos noventa y seis. Solo es normal en escrituras públicas, actas notariales o cheques bancarios.

El orden para mencionar el día, mes y año varía según distintos modelos. En los países latinos se utiliza habitualmente el orden ascendente (día, mes, año). Entre el día y el mes, así como entre el mes y el año, se intercala la preposición de.

Las fechas abreviadas se escriben solo con números, separando las cifras correspondientes a día, mes y año con guiones, barras o puntos, y sin blancos de separación: 28-8-98. El año puede aparecer indicado con sus cuatro cifras o solo con las dos últimas, y el mes, en números arábigos o romanos. Cuando el número que indica el mes o el día es inferior a diez, se recomienda no anteponer un cero a la cifra simple.

Se recomienda el orden descendente (año, mes, día) sin preposición alguna entre cada uno de los elementos en documentos de carácter científico o técnico de circulación internacional.

1. Letras de figura mayúscula, pero del mismo tamaño que las minúsculas.
2. Letras mayúsculas de tamaño superior al de las minúsculas.

Los años anteriores o inmediatamente posteriores al nacimiento de Jesucristo se acompañan de las abreviaturas a. de J. C., a. de C., a. J. C. o a. C. (antes de (Jesu)Cristo) y d. de J. C., d. de C., d. J. C. o d. C. (después de (Jesu)Cristo).

En la datación de cartas y documentos es frecuente que, antes de la fecha, se mencione también el lugar en que se escriben. En estos casos, se pone coma entre el lugar y la fecha: Argentina, 21 de febrero de 1999. También se escribe coma entre el nombre del día de la semana y la indicación del día, mes y año: Hoy es sábado, 19 de mayo de 2012.

Uso del artículo el y del

Del año 1 al 1100 es más frecuente el empleo del artículo, al menos en la lengua hablada: Los árabes invadieron la Península en el 711.

Del año 1101 a 1999 es mayoritario el uso sin artículo: Los Reyes Católicos conquistaron Granada en 1492. Si se menciona el año de manera abreviada, suprimiendo los dos primeros dígitos, es obligatorio el empleo del artículo: En el 92 se celebraron las Olimpiadas de Barcelona.

A partir del año 2000 se registró una tendencia del uso del artículo: Fui al Caribe en el verano del 2000 o La autovía estará terminada en el 2010. Sin embargo, en la datación de cartas y documentos se prefiere, desde la Edad Media, el uso sin artículo: 14 de marzo de 1420. Por lo tanto, se recomienda mantener este uso en la datación de cartas y documentos del año 2000 y sucesivos: 4 de marzo de 2000. Esta recomendación no implica que se considere incorrecto, en estos casos, el uso del artículo: 4 de marzo del 2000.

Década

En español las expresiones adecuadas son: los años ochenta, los ochenta, la década de los ochenta, la década del ochenta. No es aconsejable escribir en plural el cardinal referido a la decena (a través de

los veintes y de los treintas) ni deben usarse fórmulas como los 20s o los 20's.

Siglas

Las siglas se escriben sin puntos ni blancos de separación.

La primera vez que se emplea una sigla en un texto es conveniente poner a continuación, y entre paréntesis, el nombre completo al que reemplaza y, si es una sigla extranjera, su traducción o equivalencia: DEA (Drug Enforcement Administration, Departamento Estadounidense de Lucha contra las Drogas); o escribir primero la traducción o equivalencia, poniendo después la sigla entre paréntesis: la Unión Nacional Africana de Zimbawue (ZANU).

Normalmente se utiliza la mayúscula para presentar todas las letras que las componen (OCDE, DNI, ISO). En ese caso, nunca llevan tilde ni deben dividirse con guion de final de línea. Además, sólo se escribe punto tras las letras que componen las siglas cuando van integradas en textos escritos enteramente en mayúsculas.

Si los dígrafos ch y ll forman parte de una sigla, va en mayúscula el primer carácter y en minúscula el segundo: PCCh, sigla de Partido Comunista de China.

Se escriben en cursiva las siglas que corresponden a una denominación que debe aparecer en este tipo de letra cuando se escribe completa; esto ocurre, por ejemplo, con las siglas de títulos de obras o de publicaciones periódicas: *DHLE*, sigla de *Diccionario Histórico de la Lengua Española*.

Debe evitarse el uso de la s minúscula añadida al final, precedida o no de apóstrofo, para referirse al plural: CD's, ONGs.

Las siglas adoptan el género de la palabra que constituye el núcleo de la expresión abreviada, que normalmente ocupa el primer lugar en la denominación: el FMI, por el Fondo Monetario Internacional; la OEA, por la Organización de Estados Americanos.

Acrónimos

Las siglas que se pronuncian como una palabra (acrónimos), se escriben solo con la inicial mayúscula si se trata de nombres propios y tienen más de cuatro letras: Unicef, Unesco; o con todas sus letras minúsculas, si se trata de nombres comunes: ovni, sida.

Solo los acrónimos que se han incorporado al vocabulario general y que se escriben con minúsculas, admiten su división con guion de final de línea y se someten a las reglas de acentuación gráfica en español: lá- / ser, ra- / dar. Además, forman el plural siguiendo las reglas generales de su formación en español: ovnis.

Uso de la raya

Mónica G. Mereles

La raya o guión largo (—) sirve para introducir a los personajes que componen el diálogo escrito, es decir, marcan el cambio del interlocutor.

Ejemplos:

La maestra: —Julieta, ¿cuál es la flor que más te gusta?

Julieta: —El mburucuyá.

La maestra: —Deletreala.

Julieta: —Cambié de parecer, señorita. ¡Me gusta la lila!

—Buenas noches, patrón. ¡Linda música!

—Sí, linda —repuso *mister* Hall.

—¡Linda! —repitió el otro—. ¡Cuánto ruido!

—Sí, mucho ruido —asintió *mister* Hall, que hallaba no desprovistas de profundidad las observaciones de su visitante.

(Horacio Quiroga)

Pero cuando a las palabras del interlocutor les siguen otras aclaratorias (“repuso *mister* Hall”, “repitió el otro”) la raya no sólo va delante sino también detrás para distinguir lo que es diálogo de lo que no es.

También se usa para separar en el contexto expresiones aclaratorias o incidentales, con mayor rigor que la coma y menor que el

paréntesis. En este caso no debería utilizarse la misma raya que para los diálogos (—) sino la que tiene un tamaño ligeramente menor (-). No obstante, esta es una decisión de estilo que puede adoptarse o no, dependiendo del tipo de texto de que se trate (en un texto literario, con muchos diálogos, se preferirá siempre la raya, mientras que en un texto técnico, sin diálogos, se preferirá la raya menor).

Ejemplo:

Apoyada en los recuerdos de la madre, me imaginaba a los dos años de edad –edad en que me bautizaron– vestida de blanco, con moños y encajes, los mismo que en otras.

(Norah Lange)

La isla de Pascua –según creo– es bellísima

Un error muy frecuente –que se incrementó con el uso de las computadoras personales– es el remplazo de la raya por el guión (-). Esto se debe a que la raya no es una tecla dentro del teclado dactilográfico.

El signo que corresponde a la raya (dependiendo el sistema operativo y el procesador de textos) se encuentra, generalmente, en el menú “Insertar” y allí en la pestaña “Símbolos”.

Citas bibliográficas

Karla Scebba

Hay una gran cantidad de modos de citar. Aquí queremos escoger uno que nos pareció sencillo para adoptar en futuros trabajos.

Reglas de las citas bibliográficas

Libros:

1. Apellido y nombre del autor (o autores, o del que está al cuidado de la edición con eventuales indicaciones sobre seudónimos o falsas atribuciones).
2. *Título y subtítulo de la obra.*
3. (“Colección”).
4. Número de la edición (si no hay muchas).
5. Lugar de edición; si en el libro no figura, se escribe *s. l.* (sin lugar).
6. Editor: si en el libro no figura, se omite.
7. Fecha de edición: si en el libro no figura, se pone *s. f.* (sin fecha) o *s. d.* (sin data).
8. Datos eventuales sobre la edición más reciente a que nos referimos.
9. Número de página y si es el caso, número de tomos de que se compone la obra.
10. (Traducción: si el título está en una lengua extranjera y existe traducción al español, se especifica el nombre del traductor, el tí-

tulo en castellano, el lugar de edición, el editor, la fecha de edición y eventualmente el número de páginas).

Ejemplo:

Searle, John R. *Speech Acts - An Essay in the Philosophy of Language*, 1st ed., Cambridge, Cambridge University Press, 1969 (5th ed., 1974), pp. VIII-204.

Wilson, John. *Philosophy and Religion - The Logic of Religious Belief*, Londres, Oxford University Press, 1961, pp. VIII-120.

Artículos de revistas:

1. Apellido y nombre del autor.
2. "Título del artículo o capítulo".
3. *Nombre de la revista.*
4. Volumen y número del fascículo (e indicaciones eventuales de Nueva Serie o época de la revista).
5. Mes y año.
6. Páginas en que aparece el artículo.

Citas de periódicos:

Las citas de diarios y semanarios funcionan como las citas de revistas, salvo que es más oportuno (por motivos de localización) poner la fecha en vez del número. Si se tiene que citar de pasada un artículo, no es estrictamente necesario señalar también la página (aunque siempre será útil) y no es necesario, en modo alguno, indicar la columna de los periódicos. Pero si se trata de un estudio específico sobre la prensa, entonces estas indicaciones serán indispensables.

Ejemplo:

Nascimbeni, Giulio, "Come l'Italiano santo e navigatore é diventato bipolare", *Corriere della Sera*, 25.6.1976, p. 1, col. 9.

Citas de páginas web:

Se escribe: Autor (si lo hubiere) y “Título” y se indica [en línea] si el material puede ser consultado al momento de la publicación. También, debe indicarse la fecha de consulta. Y se eliminará el hipervínculo (tono azul y subrayado de la dirección de Internet), y se colocará la indicación “Recuperado de” o “Consultado en”.

Ejemplo:

Saintout, Florencia, “La juventud y el daño en la Argentina” [en línea].

Recuperado de <http://www.perio.unlp.edu.ar/observatoriodejovenes/archivos/eldano.pdf>

Capítulos de libros, actas de congresos, ensayos en obras colectivas:

1. Apellido y nombre del autor.
2. “Título del capítulo o del ensayo”.
3. En.
4. Eventualmente, nombre del que está al cuidado de la obra colectiva o AAVV.
5. *Título de la obra colectiva.*
6. (Si al principio se ha puesto AAVV, eventual nombre del que está al cuidado de la edición).
7. Eventual número del tomo de la obra en que se halla el ensayo citado.
8. Lugar, Editor, fecha, número de páginas, todo como en los libros de un solo autor.

Las notas al pie:

Serán siempre al pie, numeradas con decimales, y su función debe ser ampliar información o aclarar algo respecto de lo que se dice en el cuerpo del texto.

Todas las citas bibliográficas deberán aparecer desarrolladas en forma completa en la bibliografía final de cada capítulo o de la totalidad de la obra, de acuerdo con el estilo particular de cada colección.

En el caso de citas textuales, estas no deben exceder las mil palabras. De lo contrario, los autores deberán gestionar la autorización a quien tenga los derechos sobre la obra a reproducir (autor y/o editorial).

Las citas de 3 líneas o menos irán incorporadas en el cuerpo del texto entre comillas. Cita a bando: si la cita excede las tres líneas, irá separada del cuerpo del texto, en un punto menos de tamaño de fuente, sin comillas ni cursiva y con margen izquierdo de 10 cm o con sangría doble de 1 o 2 cm por lado.

El corrector en los procesos de edición técnica

Adela Ruiz

Meticuloso, detallista, sistemático, casi obsesivo... Cualquiera sea el tipo de material sobre el que ponga en juego sus saberes, el corrector no escapa a esta caracterización, porque su tarea, en pocas palabras, radica en buscar errores y en enmendarlos. Responsable de un oficio al que, en general, se le adjudica una denominación poco feliz, el llamado corrector de estilo trabaja con materiales de muy diversa índole –artículos aislados, obras completas, piezas comunicacionales, entre otros– sobre los que realiza tareas que poco tienen que ver con cuestiones de estilo.

En los procesos de edición técnica, el corrector interviene en dos instancias claramente diferenciadas: la microcorrección y la corrección de pruebas. En la primera trabaja sobre el original editado; en la segunda, sobre el material maquetado. Si bien en algunos procesos editoriales estas tareas las desempeñan distintos profesionales, la más de las veces ambas quedan a cargo de una misma persona.

En la microcorrección, el corrector revisa el texto para detectar y para subsanar defectos de redacción, errores gramaticales, impropiedades léxicas y faltas de adecuación a la lengua empleada –como sucede, por ejemplo, con las traducciones–. A estas tareas se suma, además, la responsabilidad de velar por el cumplimiento de las normas de estilo que rigen en el ámbito donde se enmarca la producción; un nivel de intervención del que deviene el discutible, pero generalizado, nombre de corrector de estilo y que, en ciertos procesos editoriales

–como el que se efectúa en el caso de las publicaciones científicas–, supone una etapa de trabajo diferenciada.

En la corrección de pruebas, además de eliminar las erratas, las faltas de ortografía y los errores gramaticales que hubieran podido quedar de la etapa de microcorrección, el corrector debe normalizar y unificar las convenciones ortotipográficas, revisar la composición de los elementos aislados –título, textos, imágenes–, verificar la articulación de las zonas de información que se intersecan –índices, membretes, datos de paginación, notas, referencias– y constatar los datos formales y legales de la publicación.

Las instancias del proceso de edición en las que intervienen los correctores determinan que estos trabajen de manera directa con los dos perfiles profesionales que completan el proceso: el editor, en el caso de la microcorrección, y el diseñador/ diagramador, en el caso de la corrección de pruebas. Si bien las condiciones de producción inciden en que en muchos casos el corrector también desempeñe el rol de editor –o que supla su ausencia–, su verdadera función consiste en trabajar con materiales que, según la etapa de intervención, ya han sido procesados por el editor o maquetados por el diseñador.

La instancia de corrección en la que se encuentre un material establece diferencias sustanciales en el tipo de lectura que realiza un corrector, en la naturaleza de los errores que debe detectar y en el tipo de intervenciones que puede efectuar. Mientras que la microcorrección demanda de una lectura minuciosa, tendiente a evaluar si el autor ha conseguido expresar sus ideas con la claridad, la corrección de pruebas requiere de una lectura sistemática –muchas veces, segmentada– que barre el texto en busca de las fallas o de los errores que se deslizaron en las instancias anteriores o que se originaron durante el armado del material.

En los procesos de edición técnica, las tareas que competen a los distintos profesionales que intervienen en la producción editorial tornan imprescindible la diferenciación de roles. En los ámbitos no comerciales, empero, los roles suelen superponerse (especialmente,

entre el editor y el corrector) y las funciones tienden a solaparse (en particular, en el caso de los diferentes tipos de corrección), lo que genera graves perjuicios en las obras y en los materiales que se producen.

El editor debe trabajar en el contenido, en la estructura de la obra y de cada una sus partes, en la relación que estas presentan y en la pertinencia integral de los materiales en relación con el objetivo comunicacional buscado, con el tipo de lector definido y con la línea editorial del ámbito que lo genera; los correctores, en tanto, deben procurar, mediante sus sucesivas intervenciones, que los textos se adecuen a la norma (microcorrección), que respeten las pautas de estilo institucionales (revisión de estilo) y que no presenten fallas en la composición (corrección de pruebas).

La única manera de garantizar la calidad de un producto editorial es que estos diferentes tipos de corrección sean desempeñadas por profesionales calificados, con conocimientos específicos, y en ámbitos que brinden las condiciones materiales e institucionales para que estas tareas se desarrollen con el tiempo y mediante el cumplimiento de los procedimientos que requiere el adecuado tratamiento de los impresos técnicos.

TERCERA PARTE

Diseño, formas y soportes



Fundamentos de diseño gráfico para editores

Rolando García

Introducción

Es posible que la mayor preocupación de quienes cursamos la primera cohorte de la carrera de Especialización en Edición de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata se haya referido al diseño gráfico, no sólo porque la defensa del Trabajo Integrador Final (TIF) de la currícula incluye la presentación de un producto editorial tangible –impreso– y hayamos sentido que lo relativo al diseño editorial es la etapa del proceso que menos podemos controlar, sino porque comprendimos que en la producción editorial el diseño no se limita a un simple aspecto técnico relacionado al “buen gusto” con el que se enfrenta una publicación. Por el contrario, es parte indiscutible del contenido de los mensajes, por lo que la aplicación de sus conceptos no puede soslayarse en ninguna etapa del proceso. Este artículo resume los conceptos básicos que todo editor debe tomar en cuenta a la hora de enfrentar un proyecto.

No han transcurrido más de cinco siglos desde que Johannes Gutenberg revolucionara el mundo, al trazarse la meta de imprimir 150 ejemplares de la Biblia en serie y desarrollar así la primera imprenta de tipos móviles de metal, sobre la base de una vieja prensa que exprimía uvas para hacer vino. Ocurrió en 1450 aproximadamente y el loco emprendimiento de Gutenberg inició la vorágine del desarrollo tecnológico de la industria gráfica para la masificación de la información.

Y apenas han transcurrido 30 años desde que la Apple Inc. de Steve Jobs combinara su Macintosh 128k –lanzada un año antes– con una impresora Apple LaserWriter, el software Ready Set Go, MacPublisher o Aldus PageMaker y la tecnología Postscript de Adobe para inaugurar, en 1985, el mundo de la autoedición que permite diseñar, previsualizar e imprimir páginas completas con texto e imágenes desde la computadora personal de cualquier usuario.

En el mundo globalizado de hoy, los adelantos tecnológicos en sistemas de impresión e informática permiten que el proceso de edición se realice en Nueva York, se edite en Londres y se diseñe en Madrid de manera simultánea, antes de que se imprima en Shanghai y se distribuya en Buenos Aires y en todo el planeta.

Sin embargo, en la otra cara de la moneda, ese mismo desarrollo de la tecnología permite la posibilidad de escribir la historia con letra propia y desarrollar productos que se correspondan con nuestra realidad cultural y social de forma eficiente y con elevados niveles de competitividad. Es por eso que en el proceso editorial de hoy, la importancia de conocer los recursos de la tecnología –dominarlos– es vital para el desarrollo profesional en el área.

Es aún más importante, al mismo tiempo, comprender que el diseño editorial no se limita a la simple operación eficiente de aplicaciones informáticas de autoedición, sino a la aplicación adecuada de conceptos de orden técnico, semiológico, morfológico, tipográfico, pictórico, cromático, estilístico y compositivo en la elaboración de los productos.

También que las definiciones gráficas de los materiales que se editan deben responder a lo determinado en los procesos de planificación, trazado de objetivos y metas, identificación de la tipología de los lectores, diagnóstico de las características socioculturales de la mediación y la lectura y, finalmente, el conocimiento de las condiciones en las que se realiza el proceso de impresión y los límites que determina en el desarrollo de los productos.

Por lo tanto, desde lo gráfico, es obligación ineludible del editor conocer los principios y conceptos generales o, por lo menos, los

fundamentos básicos del diseño editorial que dan como resultado la elaboración de un producto funcional, conceptual y estéticamente atractivo, y que efectivamente transmite el mensaje con el que ha sido concebido desde su planificación.

Diseño editorial y procesos de comunicación

Lo gráfico hace referencia a la representación de la realidad mediante líneas, figuras, signos y otros elementos de orden visual. Diseñar es concebir el original de estas representaciones en forma de un objeto u obra destinado a ser producido en serie, o definir su maqueta. El diseño gráfico, entonces, define el componente visual con el que cualquier producto cultural reconstruye hechos u objetos de la realidad para transportarlos a un público masivo y disperso que no tiene acceso a ellos.

En el entorno de la comunicación social, esto es parte imprescindible de cualquier proceso de diseño de la información. Para cumplir una función comunicacional, las ideas, hechos y valores necesitan ser procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación; el tratamiento gráfico de la información es componente indivisible del contenido de los mensajes.

En su estado proyectual, se modela la información para ser utilizada con eficiencia; se elaboran esquemas con gráficos, imágenes, símbolos, tipografías y otros elementos visuales con el objetivo de poner en evidencia las relaciones establecidas entre las diferentes partes del mensaje. Así se organiza, entonces, la información en lo verbal y lo no verbal y se planifica su presentación visual.

En su rama editorial, se define el formato de las publicaciones destinadas a ser decodificadas por públicos masivos, se establece una relación armónica del texto y la imagen con la maquetación y se determina su eje estético en base al concepto que identifica a cada publicación, la tipología de sus públicos, las condiciones de recepti-

bilidad de los mensajes y los límites que imponen las características de la impresión de los materiales.

En lo técnico, el diseño ordena, sintetiza, jerarquiza y construye o reconstruye la información a partir de imágenes y textos para definir de manera integral el mensaje. Incorpora, además, elementos visuales que definen la identidad de las publicaciones y expresa cada uno de sus valores con un concepto.

Para que los mensajes incluidos en libros, folletos, materiales gráficos institucionales, publicaciones de edición periódica y productos desarrollados en entornos electrónicos y multimediales sean decodificados con eficiencia, el diseño editorial debe satisfacer las necesidades de orden físico, cognitivo y emocional de los públicos, generar sensaciones y motivaciones en el lector y facilitarle la comprensión de su entorno.

El diseño editorial es, entonces, responsable de todo el proceso de producción de materiales gráficos, desde la elaboración del proyecto gráfico hasta su producción final y acabado: proyecto de diseño, maquetación, armado electrónico, pre-prensa, prensa y post-prensa.

El proyecto de diseño

El diseño es parte de la estrategia y el proyecto de diseño, el plan inicial que definirá la presentación visual de los productos dentro de los límites que imponen los presupuestos, los criterios de calidad requeridos y el tiempo en el que deben ser producidos.

En el proyecto, toma forma concreta el proceso de planificación del producto editorial. Define los objetivos específicos y las metas que se deben alcanzar, identifica los públicos a los que se quiere llegar, define sus características y necesidades, estudia las condiciones en las que se van a circular los mensajes y elabora la estrategia con la que se lograrán los objetivos y alcanzarán las metas.

El diseño también define el conjunto de elementos que forman y expresan sus características como medio de información. Está constituido por dos niveles que determinan la lógica con la que los productos van a ser creados, en lo visual –color, tipografía, tono, estilo– y en lo editorial –textos, lenguaje, contenido–. El proyecto gráfico también define la calidad y el formato del papel, el sistema de impresión, el tiraje, las familias tipográficas a utilizarse y las características de la retícula.

Es recomendable que para la elaboración del proyecto gráfico se tenga un documento breve que contenga la información necesaria para definir la labor del diseño –similar al *briefing* utilizado en publicidad–, que exprese con claridad lo se quiere conseguir con la publicación, a quiénes está dirigido y qué es, en términos generales, lo que contiene.

Maquetación y armado electrónico

Una publicación está armada cuando en sus páginas han sido distribuidos todos los elementos que componen sus unidades de contenido en base a los criterios definidos en las maquetas, y éstas han sido corregidas y aprobadas por autores, editores y correctores, y están listas para ser enviadas a la imprenta.

La maquetación comprende el proceso de definición de la retícula, la creación de elementos fijos, patrones y módulos seriales, además de la definición de estilos de texto y elementos gráficos que se repetirán en el desarrollo de las unidades que contiene la publicación, a partir de la distribución organizada y armónica de elementos visuales –textos, líneas, cuadros, ilustraciones, fotografías y otras unidades gráficas– y la aplicación de los principios básicos del diseño –composición, color y conceptos tipográficos– en un espacio bidimensional determinado, normalmente una página.

El formato proyectado para la publicación, la calidad y características de los materiales a utilizarse, la densidad tipográfica de los

textos, la calidad de sus ilustraciones y fotografías, el área temática en la que se inserta, los objetivos y metas de la publicación, las características específicas de sus públicos y, principalmente, sus lenguajes y formas de lectura son aspectos determinantes a la hora de maquetar. Los productos finales del proceso de maquetación son plantillas y páginas maestras creadas en aplicaciones informáticas de autoedición como Adobe InDesign, QuarkXpress o Scribus.

El armado electrónico es la aplicación de la maqueta de un producto gráfico a su edición concreta en un programa de autoedición, a través de elementos creados en el mismo documento o importados desde otras aplicaciones, como procesadores de texto, diseñadores de gráficos vectoriales –Inkscape, Adobe Illustrator–, procesadores de mapas de bits –Adobe Photoshop, GIMP– u otros.

Pre-prensa, prensa y post-prensa

El trabajo de taller o la impresión como tal es el clímax de la producción gráfica. Hay magia cada vez que la máquina pasa la tinta al papel para hacer realidad cada ejemplar de la tirada, se la puede sentir en el ambiente. Y aunque es difícil de creer, todavía hay diseñadores que, pese a llevar mucho tiempo en el oficio –a veces, décadas–, tiemblan y transpiran cada vez que envían una de sus producciones a imprenta; sin embargo, el proceso de impresión es mucho más que sólo este momento mágico; para que un producto intelectual gráfico, no fáctico, se transforme en el bien material que pretende ser, muchas personas comprometen su trabajo y una estructura tecnológica –por más artesanal que sea– se pone en funcionamiento.

Vamos a entender el proceso de impresión como la cadena de acciones que hacen que un ejemplar o el conjunto de los ejemplares de una producción gráfica se haga realidad a partir de un único molde y a través de un sistema de transmisión de tinta –en cualquiera de sus modalidades– sobre un sustrato o soporte cualquiera, que nor-

malmente es papel. Este proceso tiene tres instancias claramente diferenciadas: el trabajo de pre-prensa, el de prensa como tal y el de post-prensa.

El trabajo de pre-prensa prepara el producto para su impresión adecuada, y comprende el conjunto de acciones posteriores al proceso creativo operado por medio de una computadora –diseño, maquetación y armado electrónico– y previas a la aplicación del sistema de impresión determinado.

Transforma el producto editorial de un bien electrónico a uno fático –en forma de láminas metálicas en el caso de la impresión *offset*–; para ello, aplica el respaldo tipográfico de las fuentes, verifica el perfil de color, la aplicación de *trapping* y *overprint*, el correcto tratamiento de las imágenes, el estado de los archivos –documentos, fuentes, imágenes, mapas de bits y encapsulados–, realiza la separación de color, organiza pliegos y tiradas e imprime pruebas de color.

Las características de los elementos utilizados en una página (formato, resolución, modo de color y otros) deben corresponder a las exigencias técnicas del sistema de impresión –impresión digital, *offset*, flexografía, serigrafía, etc.–, la tinta y el tratamiento de la superficie impresa (cuatricromía, pantone, relieves, efectos, barnizado, plastificado) y el material sobre el que se realizará la impresión –papel ilustración, papel bond, cartulina, vinilo, etc.

Se denomina prensa a la máquina o sistema de máquinas en el que el producto gráfico toma forma, e impresión al proceso de depositar una capa controlada de tinta sobre un sustrato que puede ser papel, plástico, polietileno, tela, vidrio o cualquier otro en el que se desee transmitir una idea o mensaje.

Los sistemas de impresión pueden ser directos, cuando la prensa transfiere la tinta al sustrato por sí misma, como en la serigrafía, la flexografía o el grabado, o indirectos cuando se imprime a través de elementos intermediarios como el rodillo cubierto por una mantilla de caucho que recibe la tinta y la transfiere al papel en la impresión

litográfica como el Offset, –el sistema más utilizado en la producción editorial–.

La impresión offset puede realizarse en máquinas que tienen tiradas desde un solo color, en las que para la impresión fullcolor el papel realiza cuatro recorridos, uno para cada color –cian, magenta, amarillo y negro–, hasta máquinas que tienen capacidad de aplicar más de cuatro colores en una sola tirada, en las que además de la cuatricromía se aplican colores preestablecidos –pantone– y de efecto, éstas últimas presentan un registro de color exacto y se utilizan para impresiones de alta calidad.

La impresión offset también puede realizarse sobre pliegos de papel –prensa plana–, sistema ideal para impresiones de alta calidad y con tirajes cortos o medios; o sobre bobinas de papel continuo –prensa rotativa– que se aplican a impresiones de mediana calidad, tirajes altos y en los que el tiempo de impresión es un valor fundamental, como en la impresión de periódicos y revistas.

La impresión digital elimina el proceso de preprensa al aplicar la tinta al sustrato desde el archivo armado en la computadora, acelera los tiempos de impresión y abarata los costos en tirajes cortos y ultracortos. Los sistemas digitales más comunes se aplican por inyección de tinta o impresión láser en pequeños o grandes formatos. Permite la personalización de los productos debido a que, a diferencia de la impresión Offset, sus tirajes pueden hacerse desde incluso un ejemplar.

Las prensas digitales de la actualidad realizan de forma automática incluso el acabado final del producto que incluye el compaginado y la encuadernación con el plus de que, a diferencia de los sistemas offset, la máquina –que realiza todo el proceso– puede ser operada por una sola persona.

La post-prensa es el conjunto de procesos que continúan a la impresión, para que el impreso se considere terminado e inserte mensajes en los procesos de comunicación, es la última etapa de la producción y comprende el acabado final –que incluye los procesos de guillotina, refilado, compaginación, encuadernación y control de

calidad-, manipulación, unión de piezas y empaquetado. Los procesos de post-prensa, normalmente, son semiautomáticos e incluso manuales.

Se realizan en todas las piezas que forman un impreso y sirven para proteger la impresión, ennoblecer el elemento impreso o prepararlo para su embalado. Los principales tipos de acabado son cuatro: tratamientos en la superficie del pliego, tratamientos de protección, acabados de ennoblecimiento y manipulados de estructura y encuadernación.

Se realizan tratamientos de superficie para proteger la imagen impresa de roces o manipulación, dar brillo, matizar o dar textura a toda o parte de la superficie del impreso a través de barnices y plastificados y prepararla para el pegado de plásticos u otros elementos extraordinarios.

Los tratamientos de protección son las posibles operaciones efectuadas sobre los impresos para proteger o acondicionar las caras del pliego impreso a diferentes circunstancias o para su utilización posterior, comprende procesos de laqueado, barnizado, plastificado, tratamientos antigrasa, protección contra la humedad y otros.

Los acabados de ennoblecimiento normalmente son sectorizados, se aplican sobre parte de la superficie impresa y se realizan en cada pieza de un impreso compuesto –sobre las páginas de una revista, por ejemplo-. El plastificado, barnizado y la aplicación de texturas, el hot Stamping, el alto o bajo relieve, el termograbado, el grabado en seco y hasta la aplicación de fragancias en el impreso son acabados de ennoblecimiento.

La manipulación de estructura y encuadernación transforma al impreso en forma y estructura. Se realiza en cada pieza de un impreso compuesto o es parte de un proceso regular. Comprende el corte y refilado, plegado, perforado, alzado, pegado, cosido, engrapado, fresado, empastado, encuadernado y otros.

La maqueta, ¿qué es y para qué sirve?

El término maqueta tiene varias acepciones en el diccionario de la Real Academia Española, todas relacionadas a la arquitectura, las artes gráficas y la industria de la música; sin embargo, maquetar tiene un solo significado: “hacer la maqueta de una publicación que se va a imprimir”; esta maqueta es un “boceto previo de la composición de un texto que se va a publicar, usado para determinar sus características definitivas”.

Se trata de un modelo de cómo va a ser el producto impreso. En una maqueta deben estar, de forma expresa o implícita, todos los elementos necesarios para el armado de la publicación.

Las maquetas, antes de la existencia del diseño con computadoras y el desarrollo del concepto de autoedición, se dibujaban de forma esquemática en un boceto o diagrama, usualmente a tamaño real, en el que se indicaba a los responsables de la impresión (taller o imprenta) todo lo necesario para la composición tipográfica, distribución de textos, imágenes, líneas y manchas de color y, cuando era necesario, adjuntaba impresos de los artes finales a imprimirse, de la publicidad por ejemplo.

La precisión en las indicaciones era esencial para el armado de la publicación que se realizaba de forma manual, utilizando papel, cuchillas y pegamento en base al diagrama previo o maqueta. Luego, aprobado el original, junto a las fotografías, ilustraciones y artes se pasaban a fotocomposición –hoy pre-prensa– para que se “quemaran” los negativos, se pasaran a planchas y se imprimieran.

Sin embargo, desde que se maqueta y arma por computadora, lo que se envía a pre-prensa es el documento final elaborado en una aplicación de autoedición acompañado por sus respaldos tipográficos, fotográficos y de diseños vectoriales en una carpeta.

La maqueta, hoy, es un documento electrónico cuyo texto es falso –como el típico *lorem ipsum...* que llena las áreas de texto–, con imágenes de baja resolución o incluso falsas, y una batería de elemen-

tos de estilo incluidos en su memoria, para que con ellas el armador (diagramador) pueda realizar su trabajo.

Las características del documento final (armado) no variarán con relación a las de la maqueta original, el texto y las imágenes serán reemplazados y se harán los ajustes necesarios para lograr coherencia gráfica. Una maqueta puede contener una colección de modelos de páginas para la producción de publicaciones periódicas o colecciones de libros o un documento individual que sólo necesita ser editado para estar listo.

Edición en publicaciones con imágenes: algunas pistas

Cintia Rogovsky

Este apunte propone un breve recorte acerca de algunos ejemplos de ediciones con imágenes, con el objetivo de que, de este pequeño recorrido, surja una propuesta para editar una publicación en alguno de los formatos descriptos: folleto, instrucciones gráficas, afiche, portada de libro, caricatura política, entre otras.

¿Imágenes para comunicar qué y para quién? Algunos ejemplos históricos

La utilización de imágenes para comunicar es uno de los recursos más antiguos de la humanidad: desde las pinturas rupestres hasta la invención de la imprenta, desde la arquitectura y sus ornamentaciones como lenguaje masivo, incluso en épocas en las que la mayoría de la población era analfabeta, las imágenes han sido elementos privilegiados de la comunicación social. La grafía de los ideogramas chinos y otras formas de escritura antiguas y las complejidades de la historia de la tipografía¹ –como sistema icónico– ilustran esta particular y

1. “Desde una perspectiva semiótica, lengua e imagen son dos tipos de sistemas de signos, por lo que puede resultar interesante detectar la vinculación entre ambas categorías. Tiene sentido plantear esto para conceptualizar la tipografía como parte del sistema icónico y considerar la forma de la letra, y no sólo su disposición en la página, como interventora en la transmisión del significado. Cabría preguntarse cuáles son los aspectos sonoros de la letra, cómo se podrían plasmar esos valores y, en última instancia, si la tipografía tiene la capacidad de hacerlo” (Garone Gravier, 2006, p.117-128).

dinámica relación entre el lenguaje de las imágenes y el de la escritura alfabética. Por su parte, el recurso de utilizar textos e imágenes data de un pasado remoto y lo hallamos también en la protohistoria del libro: está presente en las tumbas de los faraones, los códices medievales o los códices mayas.

Diversas disciplinas del saber se han desarrollado a partir de la investigación de los diversos lenguajes plásticos, como la historia del arte. En el siglo XX, mediante la articulación con otras áreas como la lingüística, los estudios culturales, la hermenéutica y la semiótica, han terminado por conformar un campo más amplio de conocimiento que se podría llamar de las ciencias de la comunicación y la información, dentro del cual se inscribe la edición. Es así que algunas herramientas propias del análisis de obras, utilizado tradicionalmente en la historia del arte, resultan adecuadas para el abordaje de las publicaciones con imágenes, si se considera que ambos son sistemas de signos que se articulan para transmitir significados. Al pensar en este tipo de publicaciones es frecuente que el sentido común evoque, *a priori*, libros, catálogos, folletos, ediciones digitales y otras vinculadas a las artes plásticas. Sin embargo, se trata de un universo más amplio que incluye desde la publicidad hasta las instrucciones para operar cualquiera de los aparatos que rodean la vida en la cotidianidad. Cualquier manual o instructivo para utilizar un lavarropas, una afeitadora o una máquina de fotos es producto de un trabajo de edición.

El historiador del arte Ernst Gombrich dedica un capítulo de uno de sus libros más importantes precisamente a las instrucciones gráficas (Gombrich, 2003) y se detiene, en particular, en la comparación de dos folletos de compañías aéreas, cuyo objetivo es ilustrar a los pasajeros respecto de cómo actuar en casos de emergencia, mediante la

Textos instructivos con alto grado de articulación entre texto escrito e imagen: folleto de seguridad de una aerolínea; manual de instrucciones de una plancha; afiche con instrucciones de acción en caso de incendio.

Francisco Goya, *Los desastres de la guerra* (1810-1820), estampa 2: "Con razón o sin ella".

articulación de textos e imágenes, algo parecido a lo que ocurre con publicaciones artísticas como los cómic, aunque con objetivos muy diferentes. De acuerdo al análisis de Gombrich, la edición de texto e imágenes que ofrecen ambas compañías, generalmente presentados por el personal aeronavegante que efectúa la mímica de las instrucciones, difieren a tal punto que en un caso, de no contar con una gran experiencia previa en volar, algunos pasajeros se verían directamente en la situación de un analfabeto que debe leer los nombres de las calles en un mapa para ubicarse y salvar su vida.

Es decir, si el objetivo es instruir respecto de cómo actuar o hacia dónde ir en determinadas circunstancias, una mala edición puede llegar a implicar hasta la muerte, en un caso extremo. Mala, en este caso, es una valoración que se vincula con la comprensión/incomprensión del código de comunicación común de acuerdo al destinatario –el lector– y los objetivos –para qué–. Tal sería el caso, por tomar otro ejemplo, de una revista de moda que, a consecuencia de una edición descuidada, terminara por generar una reacción negativa en lugar de positiva en sus lectores, respecto de la estética de los productos que pretende difundir y/o vender o de las indicaciones para utilizar un electrodoméstico que, al resultar confusas, impidan su correcto uso. Y mucho más grave sería la incorrecta edición de diagramas, mapas y/o instrucciones para actuar en casos de tener que brindar primeros auxilios frente a un accidente o de evacuaciones en casos de desastre, entre otros. A continuación se pueden ver ejemplos de la profusión de instrucciones gráficas que requerimos en la vida cotidiana.

Imágenes

En el caso de las historietas, la articulación de los textos y las imágenes está al servicio de la obra artística y su función es poética, no utilitaria. Lo mismo ocurre con la edición de libros de artes plásticas: se privilegia la calidad de las reproducciones, la fidelidad hacia los

originales, la factura del conjunto. Desde ya, existen características comunes a otras publicaciones con imágenes, que pueden incluir desde manuales escolares, libros de cocina, de animales, guías de turismo, propaganda política, etiquetas de vestuario, señalización urbana, mapas, cartelería y publicidad comercial, entre otros. En todos estos casos esperamos que el diseño y la edición de este tipo de publicaciones atraiga a los lectores/destinatarios/público/ciudadanos. En los ambientes urbanos, con alto grado de contaminación visual, lograr que una edición de este tipo resulte pregnante es todo un desafío, incluso si nos limitamos a la vidriera de una librería, un ámbito pequeño y tradicional para las publicaciones pero no el único.

En consecuencia, cabe aquí hacer una primera observación. Por un lado, en las instrucciones gráficas se economiza el texto así como el uso de símbolos que no sean comprensibles para ciudadanos de culturas distintas, se busca lograr la mayor síntesis y claridad y evitar las ambigüedades. El dibujo debe ser más bien esquemático y no tanto virtuoso y se evita representar lo que no sea imprescindible.

Por otro, de acuerdo a los objetivos y a quiénes está dirigida una publicación con imágenes, la edición deberá tener en cuenta cosas muy distintas.

La función política y periodística

Otro aspecto a considerar en las publicaciones con imágenes es la función periodística y política, en muchos casos de denuncia, como han sido los grabados en la tradición argentina. Las diferentes técnicas de impresión que ofrece esta disciplina, como xilografía, aguafuerte, aguainta, entre otras, han permitido, en distintas épocas, poner a disposición de una población empobrecida por la nobleza, la guerra y con escasos recursos una herramienta de propaganda bastante accesible, que ya se había utilizado, por ejemplo, en la Revolución Francesa.

Casos como las famosas series de grabados “Los caprichos” o “Los desastres de la guerra” del pintor español Francisco de Goya² constituyeron verdaderos manifiestos políticos accesibles para una población mayoritariamente analfabeta. En el primer caso, satirizaba a la sociedad española de finales del siglo XVIII, en particular al clero y la nobleza, recurriendo a un código humorístico común a los sectores populares. En el segundo, el artista confeccionó una serie de 82 grabados, entre 1810 y 1815, para denunciar el horror de la guerra que sucedió a la invasión napoleónica. Las estampas ilustran las crueldades e injusticias de la llamada Guerra de la Independencia Española.

En la Guerra de la Triple Alianza (1865-1870), por caso, las mal pertrechadas tropas paraguayas no sólo debían enfrentar a los poderosos ejércitos de Brasil, Argentina y Uruguay, sino que estos contaban además con el respaldo de poderosas herramientas de comunicación, inteligencia y propaganda política de las cuales el diario *La Nación*, fundado por Bartolomé Mitre³, es un ejemplo que perdura hasta nuestros días. Hay que tener en cuenta que en aquella época la mayor parte de la población, y eso por supuesto incluye a los soldados, era analfabeta, por lo cual las caricaturas y otras imágenes eran recursos gráficos indispensables para comunicar ideas y estimular la moral en las trincheras.

Técnicas y fines

Existen numerosas investigaciones acerca de los periódicos que circulaban entre las tropas, que fueron “elementos relevantes no sólo

2. Francisco de Goya utilizó una técnica mixta de aguafuerte, aguatinta y retoques de punta seca. Su obra tuvo una fuerte gravitación en diversos movimientos artísticos posteriores como el impresionismo, el romanticismo y otros.

3. Fundado el 4 de enero de 1870, cuando todavía se libraban los últimos combates de la Guerra del Paraguay. Caricatura publicada en *El centinela*, durante la Guerra contra la Triple Alianza (Asunción, 1867).

para canalizar las informaciones que el gobierno precisaba que se difundieran entre las tropas y la población, sino que también crearon la imagen estereotipada del enemigo y utilizó como idioma el guaraní, si bien no con preferencia ni con exclusividad, pero sí por primera vez en el periodismo paraguayo en forma sistemática” (Caballero Campo, 01/02/2006).

En tal sentido, resulta emblemático el caso del periódico *El Centinela*, que se editó en Asunción, entre abril de 1867 y febrero de 1868, con un total de 63 números.

Con fines informativos, “se caracterizaba por la mirada satírica con que se presentaba y juzgaba a los aliados y por las ilustraciones contenidas, fue redactado por el boliviano Dr. Tristán Roca, muerto en 1868” (Villamayor Sánchez en Caballero Campos, 2006).

Otro caso es el *El Cabichuí* (13 de mayo de 1867 hasta su extinción el 20 de agosto de 1868), “publicándose 95 números, siendo su redacción bilingüe (en castellano y guaraní) apareció con una frecuencia de dos veces por semana. Sus páginas ilustradas con retratos y caricaturas de escenas y personajes de la gran epopeya, tuvo como autores de los grabados a Saturio Ríos, Francisco Velasco, G. I. Aquino, Gregorio Cáceres, Juan Vargas y otros”⁴.

Ilustrar con imágenes y satirizar a los enemigos mediante caricaturas ha sido uno de los recursos más utilizados en las publicaciones con fines políticos. Tales han sido los casos de los movimientos anarquistas y socialistas que se desarrollaron en nuestro país de la mano de los inmigrantes obreros, en las primeras décadas del siglo pasado, como también han sido recursos utilizados por los revolucionarios soviéticos y por movimientos con una impronta política contraria, como el nazismo. Mediante el grabado, que permite producir obras

4. Fundado por Juan Crisóstomo Centurión y Natalicio María Talavera que contaron con los escritos de Eugenio Bogado, el Padre Francisco Solano Espinosa, el correntino Víctor Silvero y el padre Fidel Maíz que utilizaba el seudónimo de Popía (“aguijón”). La estética peronista, ejemplificada en la tapa del libro *Perón mediante. Gráfica peronista del periodo clásico*.

múltiples a bajo costo, toda una corriente crítica de artistas argentinos desarrolló una estética específica para hacer humor político y denuncia de la injusticia social, habilitando de este modo canales para llegar masivamente a la población menos instruida, de menores recursos, aquellos que habitaban los márgenes.

La elección de las técnicas de representación de imágenes se vinculan a las técnicas de impresión y de edición, cosa que no hay que perder de vista incluso en tiempos en los que ilustradores y editores pueden obviar todos esos soportes y formatos. Y, aunque hasta el papel puede ser un elemento ausente en el mundo de la edición contemporánea, estos ejemplos validan la idea de la necesidad de comprender y planificar los procesos editoriales desde el comienzo hasta el final, para obtener los resultados deseados.

La gráfica peronista

Algunas de las corrientes artísticas más importantes del siglo pasado tuvieron una fuerte influencia en el desarrollo de la gráfica ya inscripta en los sistemas y medios de comunicación masiva. Tal es el caso del constructivismo, el cubismo, el futurismo y el realismo socialista soviético que fueron retomados en Argentina, aunque recreados e incorporando otras influencias, por la gráfica publicitaria del peronismo, sobre la base de una gran libertad, variedad de estilos y cualidades en el campo de lo visual (Santoro, 2011). Asimismo, esta gráfica es de algún modo deudora de otras tradiciones provenientes de las artes plásticas como el grabado y la ilustración.

Sin embargo, las reinterpretaciones que hará el peronismo de los símbolos que toma prestados son de una potencia y originalidad extraordinarias: el puño crispado del obrero se convierte en las “manos tendidas; el gesto adusto en sonrisa amable, son gauchos y obreros felices junto a su familias, mostrando los frutos de la

justicia social” (Santoro, 2011, p. 21). De algún modo, la industria editorial, tanto en el área de la producción de libros de textos escolares, historietas, como en los afiches para la vía pública, las revistas temáticas y/o políticas, entre otros, se irán retroalimentando para enriquecer un imaginario muy popular en la Argentina de los años 40 y 50.

Algunas características específicas de la comunicación política, como la pretensión de persuadir y adoctrinar, se comparten con otros campos como el de los textos escolares, pues ambos utilizan recursos que privilegian la claridad en la edición de textos con imágenes. En la etapa que se describe, las imágenes tienen una cierta ingenuidad, en colores apastelados, a la vez que las tipografías se integran como recurso gráfico para generar un equilibrio que termina por crear un estilo propio: acompañan y/o refuerzan textos simples que apelan a los sentimientos populares. Este modelo influirá en toda la industria gráfica –y editorial, por supuesto– de la época en afiches, propagandas murales, catálogos, publicaciones periódicas, folletos, publicidades comerciales, revistas.

Tal es el caso del famoso libro *La Nación Argentina. Justa, libre y soberana* de 1950, editado por la Subsecretaría de Informaciones de la Presidencia de la Nación, donde se potencia el caudal estético de la época incorporando a todos los nuevos actores sociales (trabajadores, mujeres, ancianos, niños) a fin de expresar al pueblo, gráficamente, los logros realizados y la proyección de obras a ejecutar por el Peronismo, tanto a nivel nacional como en las provincias y en la Ciudad de Buenos Aires. (Vázquez, 2008, p. 16).

O el caso de las numerosas ediciones ilustradas de discursos de Juan Perón y Eva Perón, publicaciones sobre la obra de la Fundación Eva Perón, los Planes Quinquenales, entre muchos otros.

Todo ello potenció el desarrollo de una industria editorial que pudiera incluir a profesionales con los saberes técnicos específicos para las publicaciones con imágenes, que van desde conocer la manera en que se “encajan” las imágenes en una página –puesta en página en la

jerga– que tiene efectos fundamentales en el aspecto que tendrá la publicación; pasando por consideraciones del tipo de soporte, técnicas de impresión y máquinas para impresión en papel, tela, (CTP, con o sin películas, tintas, formato de papel, encuadernación) que se traducen en costos de producción; hasta observar los grados de definición que se requiere de las imágenes o considerar los problemas vinculados con su propiedad intelectual.

Palabras finales

Este sesgado y pequeño recorrido pretende introducir al lector en el mundo de las publicaciones con imágenes, sin olvidar los aspectos tecnológicos de la edición con imágenes: pensar en el hacer y hacer lo que se ha proyectado, en las condiciones materiales y con los recursos concretos de que se dispone para comunicar aquello que se ha propuesto.

Desde los antiguos grabados de Hans Holbein para prevenir a sus contemporáneos sobre las vanidades terrenales, en su popular serie de la Danza de la Muerte, hasta la plena y actual era de la cultura-RAM (Brea, 2007), la edición de textos con imágenes –que hoy es edición de textos con audios y videos– ha recorrido un camino fantástico y poblado de diversos desafíos, inscriptos en los paradigmas del poder, la tecnología y las comunicaciones, atravesados por las influencias de la política y de las artes.

La cotidianeidad está rodeada de instrucciones gráficas, carteles, folletos, catálogos de exposiciones, libros, revistas, diarios, publicidades, en soportes digitales, en papel, en murales, en la vía pública y en la intimidad de los hogares. Todos portan mensajes, sentidos, conocimientos, ideas y emociones. Existe la responsabilidad profesional como editores de contribuir en esas trayectorias de comunicación presentes en las publicaciones con imágenes.

Referencias bibliográficas

Libros y artículos

- Brea, José Luis (2007). *Cultura-RAM. mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*. GEDISA: Barcelona.
- Garone Gravier, Marina (2006). “Claves para una traducción sin traición”, *Páginas de Guarda*, N° 1.
- Gombrich, E. H. (2003). “Instrucciones gráficas”, en *Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*. FCE: México DF.
- Santoro, Daniel (2011). “La construcción imaginaria de un mundo”, en *Perón mediante. Gráfica peronista del periodo clásico*. Lamarca editora: Buenos Aires.

Fuentes electrónicas (artículos)

- Caballero Campos, Hérib y Ferreira Segovia, Cayetano (2006). “El periodismo de Guerra en el Paraguay (1864-1870)”, *Nuevo Mundo Mundos Nuevos* [en línea]. Consultado el 9 de julio de 2015 en <http://nuevomundo.revues.org/1384>.
- Vázquez, Pablo Adrián (2008). “El peronismo y la modernidad política. Nuevas formas de comunicación”, I Congreso de Estudios sobre el Peronismo: La Primera Década, Mar del Plata, UNMDP [en línea]. Consultado el 9 de julio de 2015 en <http://redesperonismo.com.ar/archivos/CD1/PP/vazquez.pdf>.

Tratamiento de la imagen digital para publicaciones web e impresos

Eduardo Aller

Transcurre actualmente una era donde todas las formas de la información sobrellevan un proceso de digitalización. Las imágenes, por supuesto, no escapan a este proceso.

En un sinnúmero de ocasiones, los editores se enfrentan con el desafío de trabajar con imágenes en formato digital. Es en ese momento cuando deben lidiar con términos como *megapíxeles*, *puntos por pulgada*, o *profundidad de color de 32 bit*, entre otros.

La imagen digital tiene su origen en la pintura y en la fotografía. Actualmente, las computadoras son el soporte y medio de lectura para este tipo de archivos. La imagen digital es capturada por un medio electrónico y puede ser manipulada como los videos sin errores, a diferencia de la tecnología analógica, de la que es imposible hacer una copia fiel.

Cuando producimos imágenes, tomando fotos o escaneando un documento, por ejemplo, tenemos que tomar algunas decisiones para alcanzar un compromiso entre la calidad de la imagen y el tamaño del archivo. Para tomar bien esas decisiones hay que tener claros algunos conceptos básicos y con ese objetivo se ha redactado este artículo.

Si bien no es necesaria una experticia total sobre el tema, es recomendable tener una noción general para poder entablar un diálogo conducente tanto con el autor como con el diseñador. En ese sentido, se sugieren las siguientes recomendaciones y aclaraciones.

Tipos de imagen

La primera decisión que debe tomarse es si se quiere producir una imagen *bitmap* o una imagen vectorial. Cada uno de estos tipos de imagen se produce y se edita con programas diferentes y tiene aplicaciones distintas. Conviene comprender bien en qué se diferencian y cuáles son las ventajas e inconvenientes de cada una.

Existen dos tipos de imágenes digitales. Por un lado, las de mapa de bits (o *bitmap*), constituidas por píxeles (que son las unidades mínimas en que se divide la información de una imagen digital). Sus tonos de color se consiguen combinando los tres colores básicos: rojo, verde y azul. Son muy utilizadas en la fotografía y en el cine, y su calidad dependerá del número de píxeles que las componen, es decir, su resolución.

Por otro lado, tenemos las imágenes vectoriales que están compuestas por entidades geométricas simples: segmentos y polígonos. Tienen la capacidad de almacenar los dibujos en un archivo compacto, es decir, ocupan muy poco espacio en disco debido a la poca información necesaria para generar vectores. Además, se pueden cambiar de escala sin que eso afecte su calidad, porque recalculan de forma automática las relaciones y medidas de su estructura. Las imágenes vectoriales son ideales para publicidad, logotipos, afiches o caricaturas, no así para usos fotográficos. Los programas que se utilizan son Illustrator, Inkscape, CorelDraw y Flash, que son aplicados para el dibujo de diseños y para la animación.

Profundidad de color (paleta de colores)

Cuanto mayor sea la profundidad de color de una imagen, más colores habrá disponibles en la paleta, y más exacta será la representación de la realidad. Con 24 bits por píxel, existen 16.777.216 posibles tonos. Esto sería el modo RGB, o sea, 8 bits por píxel por cada canal (rojo, verde y azul, lo que da 256 posibles tonos por color).

Con 32 bits por píxel se utilizan 24 bits para la representación del color. Los 8 bits restantes se utilizan para el canal alfa. Este canal es un valor independiente del color que se utiliza para definir el grado de transparencia de cada punto de la imagen.

El conjunto de todos los colores que son utilizados en una imagen se denomina *paleta de colores*, la cual indica y selecciona qué colores se van a usar realmente, escogiendo los más convenientes para la representación de la imagen.

Compresión de archivos

Una vez creada la imagen, ya sea capturada con la cámara o creada a mano, se la guarda en un archivo. Este, con un nombre y una extensión, no sólo contiene la información de cada píxel sino que tiene también una cabecera en la que se guarda información destinada al programa encargado de abrir la imagen y mostrarla en el monitor.

Aunque, por regla general, los archivos vectoriales tienen tamaños mucho menores que los archivos *bitmap*, todos los archivos gráficos suelen tener tamaños muy grandes. Este gran consumo de espacio en disco hizo necesario el desarrollo de tecnologías capaces de comprimir archivos gráficos.

Cada sistema de compresión utiliza un algoritmo matemático propio para reducir la cantidad de bits necesarios para describir la imagen, y marca el archivo resultante con una extensión característica. Entre las más conocidas están: .bmp, .wmf, .jpg, .gif y .png.

Algunos de estos algoritmos están patentados, son propiedad de una empresa, y hay que pagar por utilizarlos. Otros algoritmos, en cambio, son de dominio público y pueden utilizarse libremente. También se distinguen entre sí por las pérdidas producidas en la información de la imagen durante el proceso de compresión. Así pues, hay algoritmos con pérdidas y sin pérdidas. Se verán a continuación algunos de los formatos de compresión más utilizados.

Formato JPG

Es un formato de compresión con pérdidas, pero que desecha en primer lugar la información no visible, por lo que las pérdidas apenas se notan. El algoritmo jpg está basado en el hecho de que el ojo humano percibe peor los cambios de color que las variaciones de luminosidad. Así, divide la información de la imagen en dos partes: color y luminosidad, y las comprime por separado. Admite modos en escala de grises con una profundidad de 8 bits y en color hasta de 24 bits.

Permite la carga progresiva en un navegador, lo que lo ha convertido en el formato estándar en la web. No es un formato adecuado para imágenes con alto contraste de color. Además, se debe tener en cuenta que la compresión se produce automáticamente cada vez que se guarda el archivo, por lo que es aconsejable guardar en este formato una única vez, cuando la imagen está ya terminada.

Formato GIF

Es un formato que devuelve imágenes de tamaño muy reducido. Esa reducción se consigue indexando los colores, es decir, asimilándolos a uno de los 256 colores de su tabla. Su profundidad de color máxima, por tanto, es de 8 bits. El formato gif permite hacer transparente uno de los colores indexados en la tabla, y así, por ejemplo, suprimir fondos. También permite enlazar varias imágenes en una secuencia, lo que se conoce con el nombre de *gif animado*.

El tamaño considerablemente pequeño de los archivos gif hizo que fuera el formato más extendido en los primeros tiempos de Internet. Pero su principal defecto consiste en que es un formato propietario (CompuServe Inc.), lo que ha provocado la aparición del formato libre png que, además, comprime mejor que gif.

Formato PNG

Es el formato de más rápido crecimiento en la web, porque reúne lo mejor de jpg y gif. Se trata de un formato de compresión sin pérdidas, con una profundidad de color de 24 bits. Soporta hasta 256 nive-

les de transparencia, lo que permite fundir la imagen perfectamente con el fondo. Entre sus inconvenientes hay que citar que no soporta animaciones y que el tamaño de los archivos png, debido a la capa de transparencia, siempre es mayor que el de los archivos jpg.

Formato BMP

Es un formato de compresión sin pérdidas. Admite cualquier tipo de resolución y una profundidad de color máxima de 24 bits. Es el formato nativo de Microsoft y se usa en todas sus aplicaciones (Windows, Office, etc.). Por esta razón es muy frecuente encontrar archivos bmp, pero su tasa de compresión es extremadamente baja. Entre los navegadores, sólo es soportado por Internet Explorer.

El modo de color

El ojo humano percibe los colores según la longitud de onda de la luz que le llega. La luz blanca contiene todo el espectro de color, mientras que la ausencia de luz es percibida por el ojo humano como el color negro.

Los programas de edición de imágenes utilizan varios modos de color para definir y clasificar todos los colores posibles. La mayoría de los programas utilizan uno de estos tres modos de color: HSB (tono, saturación y brillo), RGB (rojo, verde y azul) y CMYK (cian, magenta, amarillo y negro).

El modo HSB

El modo HSB clasifica los colores de acuerdo a tres características básicas: tono, saturación y luminosidad.

El tono (Hue)

Esta propiedad se refiere a la longitud de onda dominante en la luz emitida o reflejada por un objeto. Para asignar un valor al tono

se utiliza una rueda de color normalizada, en la que los tres colores primarios (rojo, verde y azul) y los tres colores secundarios (cian, magenta y amarillo) se alternan a lo largo de una circunferencia.

De este modo, cada color está ubicado en el extremo opuesto a su complementario, es decir, el magenta está en el extremo opuesto al verde, el amarillo al azul y el cian al rojo. El tono se mide en grados, de 0° a 360°, según su posición en la periferia de la rueda de color.

Cuando un programa de edición de imágenes trabaja de este modo, para añadir la proporción de un color en una zona de la imagen, lo que hace es rebajar la cantidad de su complementario.

La saturación

La saturación es la propiedad que describe la viveza del color. Un color muy saturado es un color con una tonalidad intensa y pura. Por el contrario, un color poco saturado es el que tiene una tonalidad apagada.

La saturación de un color se expresa en porcentaje y oscila entre el 100%, que corresponde a los colores puros, saturados al máximo, y el 0%, que corresponde a los colores apagados en los que ya no se distingue la tonalidad.

En la rueda de color HSB, la saturación se representa a lo largo del radio de la circunferencia. Los colores muy saturados se encuentran cerca del borde y los colores poco saturados son los que están cerca del centro del círculo.

La luminosidad (brilliance)

La luminosidad describe la cantidad de luz reflejada. Se trata por tanto de una magnitud relativa, que se expresa también en forma de porcentaje, desde el 100% (luminosidad total) hasta el 0% (oscuridad total).

En la imagen superior se puede ver cómo evolucionan los colores con la luminosidad, desde los colores poco luminosos, en la parte inferior de la imagen, hasta los colores muy luminosos, en la parte superior.

El modo RGB

Este modo de color es el que se utiliza en todos los procesos en los que el color se obtiene por mezcla aditiva de luces, como televisión, pantallas gráficas, iluminación artificial, etc. En todos estos dispositivos, la gama completa de colores se obtiene a partir de la mezcla de tres colores primarios: rojo, verde y azul.

Mezcla aditiva RGB

En este caso, cualquier color se obtiene mezclando dos o más luces: al mezclarse luz verde y luz azul, por ejemplo, se obtiene el color cian; al mezclarse rojo y azul se obtiene el magenta, y así sucesivamente. La mezcla de proporciones variables de colores primarios produce la gama completa de color. La mezcla de los tres colores básicos produce el color blanco, mientras que la ausencia de los tres colores produce el color negro.

Las aplicaciones de edición de imágenes suelen expresar las cantidades de cada color primario con un número que puede adoptar cualquier valor entre 0 (ausencia absoluta de ese color) y 255 (cantidad máxima). Así, por ejemplo, pueden describir un color RGB con las cifras 127, 52, 209.

La impresión de la imagen digital

El modo CMYK

El modo de color CMYK es el que se utiliza para describir el color que se obtendría si se tiñe un papel con tintas de colores. Es el modo en que aprenden a colorear los niños: rojo y amarillo dará naranja.

La razón estriba en que la tinta absorbe una parte de las longitudes de onda de la luz que recibe, de modo que la parte del espectro no absorbido se refleja. Dicho de otro modo, la tinta sustrae al espectro de la luz blanca una parte de la radiación. Por eso, a este modo de obtener colores se le llama *método sustractivo*.

Mezcla sustractiva CMYK

Una mancha de tinta cian dejará pasar las longitudes de onda azules y verdes (que son las que componen el color cian), pero bloqueará la luz roja.

Teóricamente, si se pinta una hoja de papel con tinta cian, magenta y amarillo debería absorber todo el espectro, y produciría, en consecuencia, el color negro. Pero en la práctica las tintas no son de color puro y sólo se consigue un marrón oscuro, que hay que ajustar con tinta negra para mejorar la calidad de la reproducción.

Este modo de color es el preferido cuando hay que ajustar el color para imprimir una imagen sobre papel. De hecho, es el modo utilizado en las imprentas bajo el nombre técnico de *cuatricromía*.

Bibliografía

Fuentes electrónicas (artículos)

Monteagudo Valdivia, P. (2002). “Imagen digital: una mirada interna”, *Revista Cubana de informática médica*, 2(2) [en línea]. Consultado el 10 de junio de 2015 en http://www.rcim.sld.cu/revista_3/articulos_html/articulo_pedro.htm

Rodríguez, H. (2003). “Curso de Imagen Digital” [en línea]. Consultado el 10 de junio de 2015 en http://www.hugorodriguez.com/cursos/curso-idigital_01.htm

El libro electrónico en el escenario editorial

Germán Echeverría

Cuando se intenta analizar un tema es habitual que se pierda la perspectiva y uno se focalice sólo en el presente, olvidando aspectos esenciales. Dentro del mercado editorial no se está exento de caer en este error. Hoy en día, si se repasan las distintas publicaciones sobre el sector, uno se encuentra con constantes menciones a libros electrónicos, formatos de archivos, *e-readers* y dispositivos, sumados a la caída en las ventas de los libros en papel. La coyuntura enturbia la visión.

Ahora bien, para comprender la situación actual y adquirir conciencia de la magnitud del cambio, nada mejor que tomar un poco de distancia y remontarse unos dos mil años atrás.

Los primeros soportes del libro, como las tablas de arcilla, los rollos de papiro o, posteriormente, el pergamino iniciaron un camino que finalmente terminaría consolidándose con el código de papel y la imprenta de Gutenberg. El libro desde ese momento pareció haber alcanzado la perfección y se convirtió en el objeto referente de la cultura. Desde las concepciones religiosas, las teorías metafísicas, las doctrinas políticas y morales hasta la educación o el entretenimiento tuvieron un importante sustento en él.

Cada uno de estos soportes a lo largo de la historia creó, vinculando contenido y contenedor de una forma particular, un ecosistema alrededor del libro y un espacio de posibilidad.

Esos ecosistemas, por su parte, estuvieron formados por diversos actores cuyas tareas estaban diferenciadas entre los encargados de la

creación intelectual de la obra, los responsables de la edición y producción material, los de la circulación del objeto en tanto mercancía y, finalmente, los lectores como consumidores.

Si se piensa en el ecosistema del libro hace diez o quince años uno encuentra cinco actores principales que, si bien sus roles por momentos se vieron solapados y adquirieron aspectos particulares según la época, se pueden diferenciar con una tarea específica por parte de cada uno.

En primer lugar, el *autor*, en tanto creador de las obras, se enfrentaba generalmente a una tarea solitaria, sacrificada y con poco rédito económico. Una vez finalizado el manuscrito podía enviarlo a editoriales que, en general, lo rechazaban, o podía autoeditarse con un costo económico elevado.

Las *editoriales*, por su parte, luego de recibir una importante cantidad de textos, seleccionaban unos pocos y apostaban por ellos editándolos, corrigiéndolos y haciendo una inversión económica para imprimirlos e ingresarlos al mercado como mercancía.

Las *imprentas*, una vez que recibían esas obras por orden de las editoriales, imprimían. La cantidad requerida para que el costo unitario fuera razonable, implicaba realizar, muchas veces, una inversión alta.

Una vez que los libros estaban impresos ingresaban a las *librerías*, puntos de venta o distribuidoras para que pudieran venderse a los lectores. Aquellas contaban con espacios físicos limitados, por lo cual, al aumentar año tras año la cantidad de títulos editados, la posibilidad de exhibición se redujo y el ritmo de las devoluciones aumentó.

Por otra parte, los *medios de difusión*, en general impresos, daban a conocer las novedades del sector. Nuevamente, al incrementarse la cantidad de títulos, la posibilidad de darle lugar a todos se achicó.

Finalmente, el lector, último destinatario de todo el proceso, se informaba acerca de las ofertas editoriales a través de los medios de difusión o mediante el boca a boca, y adquiría su ejemplar en los

diferentes puntos de venta. El principal problema para este actor era la gran cantidad de libros descatalogados, la deficiente cadena de distribución y los altos costos de envío.

Si se analiza esta estructura puede notarse que se mantuvo prácticamente estable desde la imprenta de Gutenberg, hace ya unos quinientos años. Cada uno de los participantes del sector editorial podía responder claramente a cuál era su misión: se nombraba la cosa y se tenía claro a qué se hacía referencia.

Cuando se preguntaba a un editor por su tarea, la respuesta era sencilla: una editorial se encarga de editar y publicar libros (en papel, naturalmente). Luego de varios siglos de historia se naturalizó la idea de que el objetivo era vender productos, mercancías. La estructura física y conceptual de las editoriales, por lo tanto, se armó en base a esta creencia.

Sin embargo, un día, una fuerza arrolladora, sorpresivamente, golpeó las puertas transformando todos los sectores y alteró las reglas de juego. Lo interesante es que ese motor de cambio provenía de un campo externo al editorial, pero su influencia dentro de él fue determinante.

El *tsunami* de lo digital y de las nuevas tecnologías, con el libro electrónico como principal estandarte, quebró el ecosistema del libro y mostró lo equivocado que se estaba en cuanto a la concepción del trabajo del editor. El mundo de la escasez vinculado a lo analógico daba paso al mundo de la abundancia digital.

La diferencia fundamental con otros cambios históricos en el sector fue que por primera vez el contenido se separaba de su soporte. Los *e-books* presentaban contenidos inmateriales, podían leerse en diferentes dispositivos, circular a través de redes, adaptarse a pantallas y generar nuevas formas de interacción y narración.

Si bien la primera generación de libros electrónicos intentó replicar la experiencia de lectura de los libros en papel, rápidamente surgieron libros multimedia –enriquecidos e interactivos–, aplicaciones y diferentes tipos de formatos que ponen en cuestión la idea misma

de libro. Pese a esta variedad de formatos, al analizar un archivo .epub (el estándar para los libros digitales) se advierte que su estructura interna cada vez se asemeja más a la utilizada por las páginas web; de hecho, se puede sostener que hoy un libro electrónico es una web *off-line* comprimida. Esto hace que el tipo de producción, comercialización, difusión y lectura cambie de forma radical. El mercado editorial, sin dudas, entró a jugar otro juego para el cual no estaba preparado: el de la lógica web.

Los cambios señalados demostraron que los editores con el tiempo dejaron de focalizarse en lo fundamental y quedaron atrapados por el soporte. Pensaron que el objetivo del editor era vender libros, en lugar de ofrecer soluciones para distribuir contenidos de la mejor forma. Al confundir estos dos puntos dejaron de estar atentos pensando que se tenía un objeto perfecto y se desentendieron de las innovaciones en el campo editorial.

¿Acaso los editores no tendrían que haber sido los principales protagonistas en la primera época de Internet siendo esta *el libro de los libros* (recordemos, incluso semánticamente, la idea de *página web*)? ¿Esta tecnología no mostraba claramente posibilidades de convertirse en el principal campo para la difusión de contenidos? ¿Cómo se explica esta situación si no es por esa propia falencia para leer el fenómeno?.

La ola digital, mucho más amplia que los libros electrónicos, provocó un nuevo quiebre en el ecosistema del libro, de consecuencias tan o más importantes que las posibilidades por la imprenta de Gutenberg.

Los cinco actores mencionados pasaron a formar parte de un escenario totalmente distinto, en muchos casos, compitiendo entre ellos o solapando sus tareas. Los autores, en primer lugar, ya no se encuentran en soledad y tienen diferentes alternativas al momento de publicar su obra: mediante el uso de redes sociales, blogs o a través de plataformas gratuitas de autopublicación que utilizan sistemas de impresión por demanda (POD, “Print On Demand”) o digital, encuentran diferentes opciones. Hoy cualquiera puede ser escritor.

Nuevas plataformas, muchas veces, ofrecen porcentajes sobre las ventas mejores que las editoriales tradicionales (claro que al costo de tener que convertirse en autor/empresa). Pueden saltar los canales tradicionales (editoriales y librerías) para llegar directamente a tener un contacto con el lector.

Las editoriales, por su parte, encuentran nuevas formas de publicación y la posibilidad de expandirse a mercados antes inaccesibles a través de la impresión por demanda o la edición digital. Las barreras limitrofes ya no representan ningún escollo para la distribución de sus contenidos y la idea de libros descatalogados pasa a ser obsoleta. Las formas de venta y difusión también se modifican con el uso de internet, ya que ahora pueden vender de forma directa a través de sus páginas y evitar los canales tradicionales de venta.

Las librerías, por su parte, tienen que competir con plataformas internacionales de venta con un gran poder económico. Por otra parte, surgen nuevos actores, como las empresas de tecnología, que ingresan en el mercado editorial modificándolo de forma radical pero no siendo este su principal negocio. Amazon, a través de su lector de libros electrónicos Kindle, y su plataforma de ventas; Apple, con el iPad y iBookstore; y Google con su programa Google Books, son tres claros referentes.

Finalmente, los lectores, hoy en día encuentran nuevas posibilidades para llegar a los contenidos de todo el mundo, tanto en versión papel como en digital.

En este nuevo ecosistema cada actor pasa a ser socio temporalmente, pero también potencial competidor. La cadena de valor del libro dejó de ser lineal, donde cada actor cumplía un papel. Hoy ya es algo espiralado, circular, donde muchas funciones son cubiertas por un mismo agente superponiéndose y compitiendo con los demás.

Para terminar, hay que preguntarse en este contexto qué función cumplen actualmente los libros en papel y si se podrá mantener el ecosistema tradicional por mucho tiempo. Incluso el mismo concepto de libro quizás no sea el adecuado para pensar el futuro de los con-

tenidos. Hoy en día los editores han entendido que no se debe pensar sólo en productos, que sus editoriales deben ser anfibias manejándose tanto en el mundo analógico como en el digital, y que deben ofrecerles a los lectores diferentes posibilidades (sean libros en papel, libros electrónicos, libros interactivos, audiolibros u otras opciones). En definitiva, los libros son experiencias, son formas de enseñar, divertir, informar y eso es lo que seguirán haciendo las editoriales.

Pese a los cambios en el sector editorial y todos los interrogantes que se plantean, se debe tener en claro que el rey es el contenido. Focalizarnos en el libro electrónico o en el libro en papel (simples medios) es nuevamente errar el camino, es confundir el formato con la tarea del editor. El principal destinatario, por otra parte, siempre fue, es y será el lector. El resto de los intermediarios, entre contenido y lector, tendrán que demostrar que efectivamente agregan algo valioso a la cadena de producción o terminarán siendo reemplazados por mejores opciones. Está en las manos del editor dar pruebas claras de ese valor añadido.

Pautas para adaptar textos académicos a la web

Gabriela M. Chávez

El original que recibamos para subir a Internet debe tener un resumen en el que se sintetice el contenido de la información que más adelante se leerá. Debe incluir qué se investiga, desde qué línea ideológica, qué se espera alcanzar con la investigación y las palabras clave.

Es importante que como editores tengamos presente a quiénes nos dirigimos, de qué manera y con qué objetivos. Para ello, la interfaz que empleemos para publicar los originales en la red debe ser amigable con el lector, de lectura fácil y sencilla, pero a la vez es necesario darle dinamismo a los contenidos con el empleo de videos, imágenes e hipervínculos en los casos en que lo requieran.

Libros

Los autores entregarán únicamente un prólogo por libro. Si hay partes, la indicación de cada una irá como portada y el texto comenzará en la página siguiente.

La indicación de capítulos se hará siempre bajo la expresión “Capítulo I” (sólo con mayúscula inicial y números romanos) cuando el capítulo no esté titulado. En caso contrario, figurará su título. En ambos casos se colocará en la misma página en la que comienza el capítulo.

El contenido del original debe tener un título principal que tendrá cuerpo 16, sin negrita, y estará separado por dos espacios del texto o subtítulo que esté a continuación.

Los subtítulos tendrán cuerpo 14, sin negrita, y estarán separados por un espacio del párrafo que esté a continuación y por dos del texto que los preceda.

Los títulos y subtítulos no llevan punto final ni subrayado y se escriben, en todos los casos, con mayúscula y minúscula (es decir, sólo con mayúscula inicial). Se sugiere evitar la numeración en títulos y subtítulos.

Si luego del subtítulo hay un título interno, deberá estar en cuerpo 12, con negrita, y pegado al texto que tenga a continuación. El texto estará en cuerpo 12, sin negrita.

Las notas deberán ser siempre al pie y no al final del libro, e irán en cuerpo 10. Se colocarán con la función “Nota al pie” del procesador de texto (y no manualmente).

La bibliografía irá siempre al final del libro, antes del *curriculum vitae* de los autores, en caso de que se incluya esta información. En los casos de compilaciones de artículos, la bibliografía irá al final de cada artículo y se mantendrán al final del libro los datos curriculares de los autores.

Los epígrafes se escribirán en un punto menos que el texto principal, en cursiva, alineados a la derecha y se consignará su fuente (sólo título y autor).

Publicaciones periódicas

Luego del título del artículo deberá incorporarse un breve resumen (encabezado por la palabra “Resumen,” en español) de entre 700 y 900 caracteres, y entre 5 y 8 palabras clave (encabezadas por “Palabras clave”). A continuación, se introducirá la traducción al inglés, encabezada por las palabras “Abstract” y “Keywords”, respectivamente. Las palabras clave irán separadas por guión, con espacio de ambos lados, y con punto final.

Debajo del título de cada artículo, deberá aparecer el nombre del autor, alineado a la izquierda, con un breve curriculum vitae que no

excederá las dos líneas y que priorizará los cargos docentes, trabajos de investigación y últimas publicaciones. En caso de que el trabajo presentado cuente con más de un autor, el requisito se repite en cada uno de los firmantes.

Fotografías, cuadros, gráficos

Según el manual de estilo de la editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP), para la inclusión de imágenes (ilustraciones, fotografías, mapas, etcétera), se debe tener en cuenta lo siguiente: no se pueden reproducir sin autorización expresa por escrito imágenes publicadas en otros medios gráficos o digitales (libros, periódicos, sitios de Internet, etcétera). Las imágenes deben tener una calidad apropiada para ser reproducidas mediante impresión en papel (y ser copia directa del original). En el caso de imágenes entregadas en digital, la resolución debe ser de 200 a 300 dpi y el archivo debe ser extensión .jpg o .tiff. En ningún caso se aceptará el material en PDF ni inserto en Word o cualquier otro editor de texto. Si el autor tuviera dificultades para digitalizar las imágenes, se solicitará que entregue los originales para que el área de diseño las digitalice.

Si se utilizan tipografías especiales (como griego, o símbolos y fórmulas), se debe acercar digitalizada la familia tipográfica para copiarla.



CUARTA PARTE

Entrevistas

Perspectivas de la escritura: trabajo, corrección y veredicto, según Malharro

Paula Di Matteo

Martín Malharro (1952-2015) fue –y seguirá siendo, para todos aquellos que nos formamos con él– uno de los mayores referentes en materia gráfica de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP). Licenciado en Ciencias de la Información y Doctor en Comunicación, fue profesor titular de la cátedra Taller de Producción Gráfica III, director titular de la Cátedra Libre de Periodismo de Investigación “Rodolfo Walsh” y director del Taller de Maestría sobre Investigación de Periodismo Político.

En su larga trayectoria como periodista, trabajó en el diario *Nuevo Sur* y en las revistas *Siete Días*, *Los Periodistas*, *Página/30* y *Humo*®, entre tantas otras.

Con esta entrevista Malharro deja, sin saber en ese entonces la jugada que la vida le daría tiempo después, un legado sobre la importancia del rol del editor y ese triángulo que forma con el autor y el lector, y que hace de toda obra un camino perfecto; camino que él emprendió escribiendo numerosos libros sobre periodismo de investigación como *La tipografía del plomo. La prensa gráfica de 1976 a 1983* o *La marca de Caín. Historia de la Triple A*, además de su incursión en el policial negro con las novelas *Banco de niebla* (2007), con prólogo de Juan Sasturain; *Calibre.45* (2010), con prólogo de Ricardo Ragendorfer y *Carne seca* (2012).

Este relato sobre la perspectiva de la escritura hoy cobra un valor adicional: Malharro ya no está para hablarnos sobre el arte de escribir, mientras se sienta a disfrutar de un buen cigarro, pero nos

deja estas reflexiones para que hagamos, de una obra, nuestro propio camino perfecto.

Mariana Carrazoni

El Peugeot gris dobló despacio la esquina y avanzó lentamente como un tiburón buscando una víctima. Se corrió el techo superior y asomó una cabeza empuñando una escopeta, pajeó la Ithaca, hizo entrar en la recámara un cartucho de calibre 12-70, apuntó calmadamente a la puerta y disparó el primer cartuchazo”. Así, desde la oralidad, recrea Martín Malharro, periodista y escritor, un párrafo de una de sus novelas, fragmento que fue suprimido por su editor.

Malharro destaca la lucidez de su editor, cuando justificó la razón por la que debía eliminar ese fragmento: aparecía otro relator en la novela, que hasta el momento nunca había estado y que no volvía a aparecer. Por este motivo se confundía al lector con una voz que sólo existía en ese párrafo.

Con este ejemplo, el escritor destaca que la relación entre un autor y un editor representa “el maridaje ideal entre el autor y el lector”. “La visión del editor es fundamental porque es una persona que está despegada del texto y lo lee desde una perspectiva de eficacia y a medida que lo lee se va haciendo preguntas: ¿este texto alcanza los objetivos, es eficaz, cuáles son sus errores, qué hay que corregir?”.

Cuando Malharro habla del proceso de la escritura reafirma que hay que tener en claro que un editor no es un corrector, ya que considera a este último como un mero consejero gramatical. En cambio, un editor es “el que segmenta la unidad sacando o agregando, sugiriendo, aquellos elementos narrativos que mejorarían la historia”.

De ahí la importancia de destacar que en todo proceso de escritura aparecen necesariamente tres instancias ineludibles: la obra del autor, el trabajo del editor y la exigencia del lector. “Está claro que como autores tenemos que satisfacer una cantidad de escenarios: a nosotros, al editor y a los lectores. Cuando vemos bien este proceso,

podemos ver que nuestra obra está dirigida siempre al lector, él es nuestro destinatario”.

En esa tarea que implica la escritura, Malharro caracteriza a cada uno de los que son parte de este proceso. “Un autor es una persona que por un extraño mecanismo recibe una historia, se la cuentan, la sueña, la imagina, la genera a partir de otro hecho; esa magia no la vamos a dilucidar nunca. Con esa idea, esta persona se sienta a contarla, a transmitirla para que la historia no se pierda. ¿Cuál es el afán? No lo sabremos. A cada autor que le he preguntado por qué escribe, la respuesta ha sido la misma: no lo sé”.

“Y en la medida en que uno escribe es también su propio editor, con una visión única de su texto: vos autor, vos editor. La visión se enriquece cuando aparece un editor que, despegado del texto, puede ver aquello que nosotros no vemos por esa subjetividad de autores”. Malharro, además, destaca que si el editor es también un escritor, la labor se ve beneficiada por una fusión de miradas: el editor tendrá la visión del lector y la corrección de un escritor.

Pero para que el proceso esté completo, es necesario que haya lectores. En cuanto a ellos, no hay una persona ideal para que sea nuestro lector. “¿Cuál sería –dice el entrevistado– el que nosotros queremos escuchar? ¿El que nos dice que ‘este es un libro genial’?. Como autores eso no nos sirve”.

“Queremos al lector exigente porque ese nos va a obligar a escribir mejor. Hay, necesariamente, una sobre exigencia permanente hacia el texto que nace con uno, continúa con el editor que nos dice: es mejorable; y después, el veredicto final, que es el que da el lector”. Recién entonces se puede decir que el camino está completo.

El mundo editorial, según Fabián Fornaroli

Ariel Tuozzo

Fabián Fornaroli es Diseñador de Comunicación Visual egresado de la Facultad de Bellas Artes (UNLP). Es docente del Taller de Comprensión de Textos en la carrera de la Tecnicatura Superior Universitaria en Periodismo Deportivo de la misma facultad. Es estudiante de la Licenciatura en Letras de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (UNLP) y aspirante a doctorando del Doctorado en Comunicación de la misma institución.

—*Fabián, ¿cuántos libros has diseñado?*

—Depende. Trabajé en editorial durante mucho tiempo. Trabajé tanto en libros para el turismo como en libros académicos. No llevo la cuenta, pero deben ser alrededor de quince, más o menos. ¡Aunque ya ni lo recuerdo! Pero es útil aclarar algo: solamente cuatro veces me ha tocado diseñar un libro solo. Por lo general el diseño de libros se hace en grupo.

—*¿Cuál fue tu respuesta a quien te preguntó por primera vez si los libros iban a desaparecer?*

—Creo que no van a desaparecer. Hay una fuerte tendencia a reemplazarlos con e-books y otras tecnologías, esto relacionado a la cuestión de la ecología y la tala de bosques. Pero creo que va a ser difícil reemplazar libros si todavía podemos reciclar papeles sin talar. No lo creo. No debe haber nada más placentero que ver crecer la biblioteca propia. Y esto es algo que sigo haciendo.

—*¿Cómo describes el futuro de los editores?*

—El futuro de los editores es variado. Teniendo en cuenta las posibilidades impresionantes del mundo digital y de las nuevas tecnologías de computación cuántica que acelerarían la velocidad a límites impensados en Internet, se abren caminos nuevos y fascinantes. Pero en relación al mercado de libros, revistas y periódicos, se modifica el panorama día a día, ya que, en algunos casos, los procesos son más violentos en relación a la demanda del mercado y la exigencia de las empresas que producen los productos editoriales.

—*Como diseñador editorial, ¿cuál es tu visión del futuro del libro para los próximos 10 años?*

—Por un lado tengo una visión ortodoxa, es decir que el libro mantenga su estructura, que haya cambios a nivel tecnológicos del libro tradicional en un sentido conservacionista del objeto-libro. Por otro, tengo una perspectiva muy amplia en el sentido de que soy permeable a los cambios tecnológicos, a pesar de que no dejaría de comprar libros de papel por nada del mundo. Aspiro a actualizarme y estar en lo último, no por la novedad misma, sino porque siempre me llamaron la atención los adelantos tecnológicos en cualquier materia.

—*A grandes rasgos, ¿cuál es el proceso de diseño del libro electrónico?*

—De manera idéntica que el de un libro papel, con la diferencia de que cuando está producido se lo convierte a un formato universal, que desde la web o desde la computadora de cada uno, o desde la tablet pueda leerse con facilidad. Existen varios: el ePUB, PDF (este es el más conocido quizás porque se puede abrir desde el programa gratuito Adobe Reader), entre otros. El proceso se inicia en programas de corte editorial como el Quark XPress, o el InDesign.

—Desde tu experiencia como diseñador para la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, contanos una experiencia “mala” y una “buena” en tu trato con el “cliente”.

—¡Por lo general eran todas buenas! El cliente (que eran muchos a la vez en realidad) fue muy comprensivo. Lo malo fue no haber podido tener más posibilidades a nivel presupuestario para hacer muchas de las publicaciones que teníamos pensadas como equipo, ya que yo solo no diseñaba. Yo llegué cuando el equipo del Área de Producción Gráfica ya estaba formado hace años, cabe aclarar. Pero en general fue buena, me permitieron generar una identidad nueva para los eventos de la facultad y se agiornaron las miradas, tanto que continuamente se pedía trabajo de diseño. Habían acostumbrado sus ojos a ver los trabajos con cierta elaboración, y eso fue bueno. Otra cosa muy buena: el trabajo con los compañeros periodistas. El trabajo del diseñador se sobrevalúa y mejora ampliamente si lo hace junto a un periodista-editor al lado. De lo contrario, su trabajo corre riesgos de errores inadvertidos, no contempla seriamente el manejo del lenguaje desde múltiples perspectivas y la labor propiamente dicha puede subvaluarse. No en todos los casos, por supuesto. Pero siempre es bueno contar con un editor periodista como complemento al trabajo del diseñador, especialmente el editorial.

—¿Que tienen que tener los futuros editores para tratar con el diseñador gráfico?

—Conocimiento del trabajo y las herramientas que utiliza el diseñador para hablar con códigos comunes.

—¿Cómo ha cambiado tu percepción del mundo a través del diseño gráfico?

—A pesar de que cambian permanentemente las bases conceptuales, siempre siguen siendo las mismas. Han innovado las herramientas, pero seguimos añorando métodos tradicionales de elaboración. Aunque pertenezco a una generación intermedia de diseñadores, hoy día se puede decir que los más nuevos han abierto brechas dentro

de la disciplina en todo el mundo que han producido un nuevo reconocimiento de la profesión, a pesar de que la amplia oferta de hoy y la gran crisis a nivel mundial condiciona, como todos sabemos, las fuentes de trabajo. Por otra parte, el mundo ya exige diseño. No lo espera. Está tan acostumbrados a que todo esté diseñado y tenga una estética determinada, que pretende *a priori*, concibe un imaginario anterior y, por otro lado estipula nuevos desafíos al diseñador, ya que el cliente ya no ignora qué es el diseño por completo. Espera que cubra necesidades que ya son concientes. Estamos frente a un nuevo mundo, un mundo que no puede vivir sin diseño, porque no sabe cómo sería sin él.

—¿Cómo afrontás una formación creativa ante una realidad convencional?

—Para resolver estas cuestiones, el diseñador en comunicación visual posee recursos variados, entre los que podemos mencionar el manejo de la semiótica y la sintaxis de lo icónico, el ejercicio del lenguaje visual relacionado con la comunicación escrita, la aplicación de los recursos de la teoría de la percepción o *Gestalt* a la resolución de dilemas de comunicación, etc. No es fácil resolver cuestiones comunicacionales. Al respecto, se puede reconocer que para cada problema existen múltiples formas de abordaje, y varias resoluciones posibles, de las cuales por lo general se exhibe una sola que el diseñador y su equipo dictaminan como la más aconsejable, luego de largos estudios previos. En cuanto a cómo se resuelven, en fin, se puede decir que el discurso de la identidad, su imaginario, su constitución, proceden de la acumulación de información y elementos recabados a partir de variadas indagatorias y estudios previos a partir de los cuales se elaboran diagnósticos, memorias descriptivas, y por consiguiente las identidades y sus correspondientes manuales de aplicación. Lo creativo, lo sencillamente formal, se aplica siempre y cuando las cuestiones sintácticas, semánticas y conceptuales se hagan un hecho concreto con las expectativas del cliente o de la institución intervenida por el dise-

ñador, y eso por lo general, sucede con años de experiencia. Además, por más que haya infinidad de teorías y publicaciones al respecto, no hay fórmulas que digan que luego de todo este proceso se arribe a un éxito rotundo. A menudo falla. Pero, por supuesto, uno siempre puede rever su perspectiva, acordar con el cliente y volver a comenzar.

—*¿Qué es para vos el estilo? ¿Consideras importante tenerlo?*

—Eso depende de qué estemos hablando. El estilo es la estructura estética y formal que va a condicionar un trabajo de diseño, dependiendo además de múltiples factores entre los que podemos mencionar cliente, miembros de la empresa, factores de demanda, competencia, moda, criterios cromáticos, *marketing*, imaginario del consumidor, tendencias de productos afines, etc. Además de que cada diseñador tiene cierta tendencia estética (o estilo propio) uno modifica estas perspectivas en beneficio del desarrollo creativo que debe afrontar, dejando el estilo propio de lado porque puede perjudicar el producto final.

—*¿Qué tanto sabe el “cliente” lo que quiere cuando te pide un proyecto?*

—A menudo ocurre que saben demasiado y otras veces no saben nada. Ambos casos pueden ser complicados en varios aspectos. Si el cliente tiene conocimiento previo es probable que intervenga profundamente en el proceso creativo. Eso puede ser perjudicial o beneficioso. Perjudicial, a menudo porque cuando pretende saber qué quiere, por lo general intenta que el diseñador adivine lo que pasa por su mente; también puede ser perjudicial el hecho de que el cliente intervenga de modo profundo en el producto final, porque descentra el rol del diseñador para pasar a ser un simple asistente gráfico del cliente. A menudo es mejor que el cliente no sepa tanto, resolver todos los aspectos posibles del cliente y tener una memoria descriptiva argumentalmente sólida para defender el proyecto final frente al mismo.

—¿Crees que el diseño y el diseñador son valorados en nuestra sociedad?

—Muy pocas veces y en raras ocasiones, especialmente en esta época cuando la oferta es mayor que la demanda. Particularmente mi trabajo en la facultad de Periodismo fue profundamente valorado, por lo que estoy realmente agradecido por haber podido trabajar ahí.

—¿Qué opinas sobre el diseño gráfico en Argentina?

—No tengo una opinión actual del diseño porque no estoy actualizado en el tema. Aunque sí puedo decir que, relacionado con la pregunta anterior, el diseño argentino siempre está en proceso de surgimiento permanente. El día que sea valorado en serio, pero con profundidad y reconocido institucionalmente desde el Estado y luego desde las empresas privadas, habrá nacido. Sí puedo decirte que sigo con atención los desarrollos de cátedras de diseño de la UBA porque conozco a muchos de sus titulares. También sigo los desarrollos de los diseñadores de tipografía de nuestro país y de Latinoamérica. Ultimamente ha habido muchas innovaciones en ese campo.

—¿Cuál crees que es la responsabilidad de los diseñadores gráficos ante nuestra sociedad?

—Traducir con seriedad la construcción comunicacional para la cual nos han encomendado, y cumplir con nuestro trabajo lo mejor que podemos, así como trabajar responsablemente en la docencia del diseño y en la innovación necesaria de los planes de estudio en las universidades.

—¿Sentís que aprendiste lo suficiente en tu facultad como para enfrentarte en el mundo laboral privado después de titularte?

—No, para nada. Pero esto me ayudó a superarme y seguir investigando por fuera. Tuve que aprender a los golpes a manejar una Apple Macintosh, porque no había dinero para comprar una. Nunca

hice cursos ni nada que se le parezcan. Aprendí junto a mis amigos. Mi conocimiento al respecto es empírico. Pero eso no significa que la facultad no sirvió, al contrario, aprendí un montón. Me abrió otras puertas y otras necesidades...

—*¿Qué podemos hacer hoy los estudiantes para afrontar nuestro futuro como profesionales de la edición?*

—Abrir más brechas en el campo, construir espacios de divulgación y de instrucción. Promover la actividad y vincularla a diversos ámbitos con los que se pueda interactuar. No te olvides de que la interdisciplina enseña a las partes y reconstruye nuevos espacios dentro de los campos de estudio que la componen.

Acerca de los autores

Eduardo Aller

eduardoaller82@gmail.com

Licenciado en Comunicación Social egresado de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Se desempeña como docente del Taller de Edición Técnica y es editor de *Contexto, el otro diario digital*, producción gráfica de la FPyCS.

Esseling Anchayhua Arbieto

esseling_a@hotmail.com

Comunicadora social egresada de la Universidad Bolivariana (Venezuela). Cursa la Especialización en Edición en la Universidad Nacional de La Plata y trabaja para la Asociación Civil La Casona de los Barriletes. Desde el inicio de su carrera ha estado vinculada con proyectos con pertinencia social. En Venezuela trabajó para el Ministerio del Poder de la Cultura en un proyecto de política pública cultural para promover la lectura.

Cecilia Vanesa Buffa

ceciliabuffa@gmail.com

Profesora en Comunicación Social graduada de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Se desempeña como Jefa de Trabajos Prácticos en Comunicación y Educación Cátedra II. Es tutora docente en la Especialización Superior en Enseñanza de las Ciencias Naturales del Programa Nuestra Escuela y miembro del equipo de trabajo de la Dirección de Alumnos/Coordinación Académica en la Universidad Pedagógica de la provincia de Buenos Aires.

Rocío Callero

rociocallero@gmail.com

Licenciada y profesora en Comunicación Social egresada de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Socia de la editorial Coordinadas.

Gabriela Manuela Chávez

gabrielachavez211@hotmail.com

chavez.gabriela@inta.gob.ar

Licenciada en Ciencias de la Comunicación egresada de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Tucumán. Cursó la Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales y la Especialización en Edición de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Se desempeña como comunicadora en INTA-EEA La Rioja desde 2014. Su trabajo se orienta a garantizar que el derecho a la comunicación sea efectivo para todas las personas.

Karina María Comas

kcomas68@gmail.com

Periodista y profesora en Comunicación Social por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Cursó la Especialización en Edición y la Maestría en Comunicación y Educación de la FPyCS (UNLP). Es docente universitaria de Taller de Comprensión y Producción de Textos II desde el año 1995, profesora de talleres de literatura y comunicación social en nivel secundario desde 2010 y tutora en el Programa Nacional de Formación Docente Nuestra Escuela desde 2014.

Paula Di Matteo

pdimatteo@perio.unlp.edu.ar

Licenciada en Comunicación Social por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Cursó la Especialización en Edición en la FPyCS. Se desempeña como docente universitaria y como tutora docente en la Especialización Superior en Educación

y Derechos Humanos del Programa Nuestra Escuela. Es investigadora del Centro de Investigación en Lectura y Escritura (CILE) de la FPyCS (UNLP).

Martín Dupaus

mdupaus@hotmail.com

Traductor Público Nacional en Francés egresado de la Universidad Nacional de La Plata. Ha cursado estudios de posgrado en Comunicación Corporativa en la Universidad Austral, en Gestión Cultural y Comunicación en FLACSO y en Edición en la UNLP. Fue becario de la Embajada de Francia en Argentina, tesorero del Colegio de Traductores Públicos de la provincia de Buenos Aires y en la actualidad se desempeña como Coordinador de Proyectos RSE/Sustentabilidad en Fundación Danone.

Germán Franco Echeverría

german@autoresdeargentina.com

Editor y consultor especializado en el uso de nuevas tecnologías aplicadas al sector editorial (edición, producción, comercialización y difusión de libros en papel, electrónicos y multimedia). Es socio fundador de la editorial Autores de Argentina, cuyo sello lleva publicados más de 450 títulos y está a cargo de las relaciones públicas en 24 Symbols, plataforma de lectura de libros digitales. Participa como disertante en conferencias, seminarios y mesas redondas nacionales e internacionales.

Analia Erdozain

vaskaerdozain@yahoo.com.ar

Licenciada en Comunicación Social por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Se desempeña como ayudante diplomada en la cátedra Escrituras y Lecturas y como investigadora con categoría V en la misma unidad académica. Es editora responsable de www.secundariafavaloro.com.ar, profesora de nivel secundario, superior y secundario de adultos en contexto de encierro.

Rolando García

delrosucorreo@gmail.com

Comunicador social graduado en la Universidad Mayor de San Andrés (Bolivia). Ejerció el periodismo en diversos medios de comunicación y fue comunicador en instituciones públicas y privadas de Bolivia. Actualmente cursa la Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales en la UNLP y es comunicador popular para la comunidad boliviana que reside en Buenos Aires.

María Elisa Ghea

eghea@perio.unlp.edu.ar

Magister en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales. Miembro del Consejo Académico de la Maestría PLANGESCO de la FPyCS (UNLP). Profesora adjunta del Taller de Análisis de la Información de la UNLP. Licenciada en Comunicación Social UNLP. Periodista.

Julieta Haramboure

julieta_haramboure@yahoo.com.ar

Profesora en Letras por la Universidad Nacional de La Plata. Ha cursado en la primera cohorte de la Especialización en Edición en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP), y actualmente se encuentra en proceso de realización del Trabajo Integrador Final. Es docente de Prácticas de Lenguaje y Literatura en diversos colegios de nivel secundario y socia fundadora de la editorial independiente Coordinadas, proyecto que comparte con Mónica Mereles y Rocío Callero.

Soledad Iunino

soledad_iunino@yahoo.com.ar

Licenciada y profesora en Comunicación Social egresada de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Se ha especializado en la edición y corrección de textos. Actualmente se desempeña como docente.

Damián Alfredo Le Moal

dlemoal.ec@gmail.com

Comunicador social, docente y actor. Egresado de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Nativo de la ciudad de La Plata, participa de diferentes proyectos desde la militancia cultural. Es parte de La Joda Teatro, la Casa Cultural En Eso Estamos y la Asociación Civil Ciudad Alterna. Miembro del equipo de prensa del Ministerio de Economía de la provincia de Buenos Aires. Docente de la cátedra de Producción y Comprensión de Textos II de la FPyCS (UNLP).

Cecilia Mazzaro

cmazzaro@perio.unlp.edu.ar

Profesora, licenciada e investigadora en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata. Cursó la Especialización en Edición en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP y la Maestría en Ciencia, Tecnología y Sociedad de la Universidad Nacional de Quilmes.

Mónica G. Mereles

monica.mereles@gmail.com

Profesora y tesista de la Licenciatura en Comunicación. Cursó la Especialización en Edición y la Especialización en Prácticas, Medios y Ámbitos Educativo-Comunicacionales en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Realizó cursos de posgrado en Gestión Editorial en la Fundación Gutenberg. Es socia-editora en la editorial Coordinadas. Se ha desempeñado como auxiliar docente en el Taller de Materiales Educativos en el profesorado de la FPyCS, y en Capacitarte, Centro de Estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas (Universidad de Buenos Aires). Actualmente es la encargada de redacción en Prensa de la municipalidad de Las Heras (Santa Cruz).

Paula Pedelaborde

ppedelaborde22@gmail.com

Licenciada en Comunicación Social, egresada de la Facultad de Perio-

dismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Miembro del Consejo Académico de la Especialización en Edición, FPyCS (UNLP); profesora adjunta regular del Taller de Producción Gráfica II, FPyCS (UNLP). Coordinadora de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de La Pampa.

Analia Pinto

aprumiante@gmail.com

Editora y escritora. Se desempeña como coordinadora del área de Catalogación y Digitalización del Servicio de Difusión de la Creación Intelectual (SEDICI), repositorio institucional central de la Universidad Nacional de La Plata. Cursó doce materias de la licenciatura en Letras en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación y la Especialización en Edición en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP). Realiza trabajos de corrección en forma *free-lance* y coordina talleres de lectura y escritura en la UNLP y en otros espacios de la ciudad de La Plata.

Melisa Ramanauskas

melisa06@gmail.com

Licenciada en Comunicación Social egresada de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Trabajó en prensa institucional, radio y medios gráficos y digitales de la región. Fue administradora del sitio web www.otraruta.com.ar. Actualmente coordina el Área de Prensa y Comunicación del Puerto de La Plata.

Blanca Ramos

ramosbla@perio.unlp.edu.ar

Bibliotecaria documentalista. Se desempeña como directora de la Biblioteca - Centro de Documentación Multimedia de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, donde trabaja desde 1984.

Cintia Rogovsky

crogovsky@gmail.com

Profesora en Historia de las Artes Visuales, egresada de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata. Es docente en la Especialización en Edición en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP y en el Instituto Nacional de Formación Docente. Coordinadora del equipo de edición de la revista *Anales de la Educación Común*, etapa digital, DGCyE, provincia de Buenos Aires. Escritora.

María Adela Ruiz

adelaruiz@perio.unlp.edu.ar

Licenciada en Comunicación Social egresada de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Dirige el área de Publicaciones Científicas de la FPyCS, se desempeña como miembro del Consejo Académico de la Especialización en Edición, es jefa del Área de Producción Gráfica de la Secretaría de Producción y profesora titular del Taller de Edición Técnica de la FPyCS (UNLP).

Karla Scebba

karlascebba@hotmail.com

Licenciada y profesora en Comunicación Social por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Egresó de la Tecnicatura en Periodismo de la Escuela Superior de Ciencias Deportivas y cursó la Especialización en Edición de la FPyCS (UNLP).

Cecilia Soto

cecilia_ms79@hotmail.com

Profesora en Letras egresada de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata. Cursó la Especialización en Edición de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP). Editora en el portal de divulgación científica y noticias universitarias Argentina Investiga (<http://argentinainvestiga.edu.ar/>). Correctora en las revistas *Desafío Económico*, *La Tecla Patagonia* y *Qué de La Plata*. Tutora virtual en el

módulo Pensamiento Pedagógico Latinoamericano del postítulo en Escritura y Literatura. Programa Nacional de Formación Docente Nuestra Escuela. Correctora en la editorial de la Universidad Nacional de Río Negro y en numerosas publicaciones.

Ariel Tuozzo

arieltuozzo@hotmail.com

Licenciado en Comunicación Social con orientación en Periodismo y profesor en Comunicación Social egresado de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Se ha especializado en Comunicación, Prensa, Difusión Científica, Salud, Comunicación Institucional, Jurídica, Económica, Informática y Educación Superior. Es miembro asociado de la consultora en comunicación La Plata & Asociados.

Alejandra María Belén Villar

ambvillar@gmail.com

Licenciada y profesora en Comunicación Social egresada de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Se desempeña como editora de la Dirección de Contenidos Educativos de la Dirección General de Cultura y Educación de la provincia de Buenos Aires.

¿Por qué formar editores en la universidad? ¿Por qué hacerlo en un Posgrado y en una Facultad de Comunicación? ¿Qué puede aportar esta publicación al conjunto de los estudiantes de la FPyCS?

Los trabajos aquí presentados fueron elaborados y editados por alumnos y alumnas de diferentes cohortes de la Especialización en Edición, una de las ofertas de Posgrado de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, en el marco del Taller de Edición II, en las cursadas de 2012 y 2015. También participan como autores en esta producción colectiva, autoridades académicas de la FPyCS y docentes de la Especialización. Se trata de la primera publicación de este trayecto formativo, y nace del deseo de poner en valor las producciones de los especializandos y de la decisión institucional de la Secretaría de Posgrado de publicarlas.

En primer lugar, como aporte a las prácticas editoriales en cuestiones específicas: norma y estilo; macro y microedición; uso de los manuales de estilo; recomendaciones para la escritura, corrección y edición en géneros académicos como tesis, tesinas; soportes tradicionales y digitales, y otros. En segundo, como contribución a la enseñanza de la edición, concebida ésta dentro del campo de las comunicaciones y las prácticas de escritura y de lectura, así como de los debates en torno a las prácticas discursivas en la era digital y en la compleja sociedad que nos toca habitar.