

CAPÍTULO 1

1.-CAMBIO SONORA (DIARIO LA EXPRESIÓN S.A. DE C.V.); SU ESTRUCTURA ORGÁNICA Y LAS ÁREAS DE ESQUEMACIÓN Y DISEÑO EDITORIAL.

En este primer capítulo se describen los antecedentes del periódico Cambio Sonora, desde su creación, desarrollo, áreas que lo conforman, así como el funcionamiento de las áreas de esquemación y diseño editorial, destacando la importancia del proceso de elaboración del diario.

1.1.- ANTECEDENTES DEL PERIÓDICO "CAMBIO SONORA"

Diario la Expresión S.A. de C.V., editores de periódico Cambio Sonora y otras publicaciones, es una empresa mexicana establecida en Hermosillo, Sonora, el 11 de Agosto de 1994, con la misión de satisfacer la demanda de la sociedad sonorenses por tener una alternativa de información confiable, así como un medio de completa libertad de expresión; tras la decisión del Gobierno Federal por vender los medios comunicativos que le pertenecían, como fueron canal 7 y 13 y el periódico El Nacional (entra ellos la sucursal "El Nacional Sonora"), en los cuales puso interés "Diario la Expresión S.A. de C.V", ganando la licitación en febrero de 1994, quedando como cabeza del Consejo Administrativo del nuevo periódico, el Lic. Alejandro Capdeville Flores.²

2.- Suplemento especial 5° Aniversario de Periódico de Cambio Sonora: Entrevista con Alejandro Capdeville (pags. 3 y 4). 8

Cambio Sonora nació siendo un periódico diario tabloide, con secciones de información general, local, regional, nacional, internacional, política, deportiva, empresarial y sociocultural.

Desde su fundación con el fin de ampliar el contenido del diario, cuenta con la colaboración de prestigiados columnistas que buscan el objetivo de formación de opinión, como son Isabel Arvide escritor de la columna "Sin Gafete", Carlos Ramírez columnista de "Indicador Político", de Álvaro Cepeda Neri "Conjeturas", Alberto Barranco Cavaría autor de "Empresa", etc.

En una entrevista realizada por Beatriz Espinoza al Presidente del Consejo Administrativo de Cambio Sonora, Alejandro Capdeville Flores, comenta acerca de la evolución de la empresa y reconoció que esta ha pasado por momentos muy difíciles, pero ha logrado el reconocimiento y respeto de la sociedad en su conjunto.

"En diciembre de 1993 fue la licitación pública que ganamos al presentar la propuesta en sobre cerrado, pero en virtud de un problema político de aquel entonces y el presidente Carlos Salinas de Gortari con su secretario de Gobernación, Jorge Carpizo, revirtieron el acuerdo argumentando que no era el momento de vender", comentó.³

En febrero de 1994, se informó que los periódicos El Nacional entrarían en un proceso de liquidación y fue cuando se convocó a participar y se aceptó a aquellos que habían participado en la licitación, decidiéndose a favor de los inversionistas del Diario La Expresión, S.A. de C. V.

3.-Suplemento especial 5° Aniversario/Cambio Sonora:Entrevista con Alejandro Capdeville (Pags 3 y 4).

Capdevielle Flores estableció que el primer problema que se enfrentó fue la definición del cabezal que tendría el nuevo periódico, ya que se analizaron más de veinte nombres, pero ya estaban registrados en derechos de autor, "No nos aceptaban ningún nombre, hasta que dijimos: somos propietarios de El Nacional Sonora y vamos a darle un cambio, y entonces se tomó esta opción y se registró el nombre de Cambio Sonora, explicó, tras recordar que el padrino del primer número de Cambio Sonora fue el conocido locutor Fausto Soto Silva y su programa de Radio periódico.

1.2.- EVOLUCIÓN DEL PERIÓDICO "CAMBIO SONORA"

Los acontecimientos más impactantes y de gran importancia en el país y en el mundo han sido plasmados en Cambio-Sonora, medio informativo que desde el 11 de agosto de 1994 asumió el compromiso de informar con veracidad y oportunidad a los miles de sonorenses.

El compromiso es informar al público con objetividad y profesionalismo los hechos que conmocionan al mundo entero, principalmente aquellos que pueden traer una esperanza para mejorar las condiciones de la vida humana.⁴

Durante su evolución la Cambio Sonora ha crecido paulatinamente y ido desarrollándose, a continuación se expondrán algunos de los puntos de su historia que han marcado de forma significativa un paso en su evolución:

4.-Folleto especial de archivo publicitario: Publicidad/Cambio Sonora.

Historial del Periódico Cambio Sonora

- En diciembre de 1993 fue la licitación pública en El Nacional Sonora en "venta".
- En febrero de 1994, se informó que los periódicos El Nacional entrarían en un proceso de liquidación.
- Cambio Sonora nació el 11 de agosto de 1994.
- Septiembre de 1994, automatización y digitalización del proceso de producción.
- Noviembre de 1997, formación del suplemento "Palabra Abierta".
- Enero de 1999, se forma Suplemento de la corresponsalía "Nogales".
- Agosto del 2000, se forma la Revista Dominical.
- Febrero 25 del 2002, Out 27 suplemento de béisbol.⁵

Todas estas producciones marcan la evolución de nuestro diario, y a partir de ellas podemos tener una perspectiva de cómo y hasta donde puede crecer el periódico Cambio Sonora.

5.-Folleto especial de archivo publicitario: Publicidad/Cambio Sonora.

1.3.-ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA (POR DEPARTAMENTOS)

Para la buena coordinación y producción del periódico, la labor se divide en departamentos que tienen una tarea específica cada uno. A continuación se procede a mencionarlos:

- Departamento de Redacción: Subdividido en las áreas de Edición (Esquemación) y Corrección. Su función es preparar y filtrar las notas que saldrán en la edición del siguiente día, así como encargarse de la distribución de dicho material dentro de las páginas del periódico.
- Departamento de Diseño Editorial: Dependen de éste las áreas de formación, y Diseño a color. En este departamento se encargan de vaciar y distribuir tanto texto como imágenes dentro de cada una de las páginas del periódico de la manera más conveniente y atractiva para su lectura.
- Departamento de Producción y Prensa: En este se procede preparar y montar para imprimir el periódico.
- Departamento de Circulación: Se encarga de distribuir el periódico.
- Departamento de Información: En este se organiza a los reporteros para la buena obtención y compilación de información.

- Departamento de Publicidad: se encarga de comercializar y vender espacios dentro de las diferentes secciones del periódico.
- Departamento de Diseño Publicitario: Se encarga de atender las necesidades de imagen publicitaria para clientes y para el mismo periódico.
- Departamento de Administración: se encarga de la planeación, integración, organización, dirección y control de personal.
- Departamento de Recursos Humanos: Dependiente de administración se encarga de hacer y promover la integración de personal.
- Departamento de Contabilidad: Se encarga de las cuestiones contables y fiscales que competen a los intereses de la empresa.
- Departamento de Sistemas Computacionales: Se encarga del mantenimiento y reparación de las unidades computacionales de la empresa, así como el manejo de la red interna computacional del periódico.
- Departamento de Internet: Se encarga de formar y preparar el periódico en su versión página web.⁶

Todos los departamentos están vinculados tras una producción en serie que conllevan a la realización del producto final, el Periódico Cambio Sonora.

6.-Organigrama de la empresa: Departamento de Recursos Humanos /Cambio Sonora.

1.3.1.-ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA (DIRECTORIO).

La empresa Cambio Sonora, es una organización privada editada por Diario la Expresión S.A. de C.V., la cual a la fecha está orgánicamente estructurada de la siguiente manera:

- Presidente: Alejandro Capdeville Flores
- Vicepresidente: Javier Sánchez Campuzano
- Vicepresidente Ejecutivo: Mauricio Capdeville Flores.
- Director General: Rodolfo Barraza González.
- Director Editorial: Daniel Anduaga González.
- Director Administrativo: Mariano Rodríguez Galindo.
- Director de Tecnología: Marco Polo Gutiérrez Ruelas.
- Director Comercial: Germán Subirán Moreno.
- Gerente Editorial: Francisco Avalos Baeza.
- Gerente de Publicidad: Pablo Gutiérrez Seldner.

- Coordinador de Información: Martín Romo Alcazar.
- Coordinador de Suplementos Especiales: Ernestina Garza Arvizu
- Coordinador de Circulación: Leopoldo Martínez Machichi.
- Coordinadora de Suscripciones: Miriam Obregón.
- Auditor interno: Maximiliano Hernández Saldate.
- Editor de Deportes: Alejandro Sahgún Avalos.
- Editor Empresarial: Roberto García Domínguez.
- Coordinador de Sociales (SonSet): Angélica Rendón Moreno.
- Editora Revista Dominical: Aleyda Gutiérrez.
- Imagen Corporativa: Gloria A. Oliveros Arredondo.
- Coordinador de Contabilidad: Arturo Sánchez Orduño.
- Coordinadora de Recursos Humanos: Erica Villa Ríos.
- Coordinador de Sistemas: Ignacio Gómez Frausto.
- Coordinador de Diseño y Formación: Rafael Ivan López Coronado.
- Coordinador de Producción: Francisco Ramos Tafolla.

(Ver 1 anexos: Organigrama de la empresa)

1.3.2.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Para el óptimo funcionamiento del desarrollo y elaboración de un diario, se debe seguir el proceso de producción que se presenta a continuación, aplicado en este caso al periódico Cambio Sonora:

- a) Entre ocho y nueve de la mañana (todos los días) los reporteros y reporteros gráficos (fotógrafos) se reúnen en junta con El Director General (Rodolfo Barraza González) y el Coordinador de Información (Martín Romo Alcazar) para asignar las fuentes de información en ese día. Se atienden también, seguimientos de algunas notas del día anterior, comentarios de la noche anterior que se dejan a modo de recados el Gerente y el Director editorial respectivamente (Daniel Anduaga González y Francisco Avalos Baeza) para así completar la edición.
- b) Salen los reporteros y fotógrafos al campo de trabajo asignado, no se tiene una hora fija de regreso, aunque lo regular regresan a escribir la nota entre tres y cinco de la tarde.
- c) Ya una vez escritas las notas de los reporteros se entregan al coordinador de información (Martín Romo Alcazar) que procede a ordenar las notas en un menú que será llevado después a la junta vespertina.

d) Para la cinco de la tarde, en esta misma junta, se revisa este menú bajo la supervisión del Director General, Director Editorial y Gerente Editorial para escoger y jerarquizar esas notas, también seleccionan toda la información nacional e internacional así como las de corresponsalías en el ámbito regional (de las cuales es el coordinador es Rocío Banda).

e) En una segunda fase de esta misma junta se llama al coordinador de diseño editorial (Rafael Ivan López Coronado) para ver si es necesario ir trabajando en una página en especial o ver cuales son las notas más fuertes para así asignar en que páginas irán y de que manera se diseñarán.

f) Posteriormente se procede en el departamento de redacción a editar las notas, plasmándolas en esquemas (hojas que representan en pequeña escala una página del periódico, lo que también es llamado la retícula) para representar en él cómo quedaría la página en proceso.

g) Ya elaborado el esquema con el texto distribuido conforme al tamaño de la página e importancia de las notas, se pasa al área de corrección para la revisión y reajuste de los textos de cada una de las páginas que corresponden a cada esquema.



h) Al estar corregidas las notas y listo el esquema se pasa a Diseño Editorial donde se procede a maquetar o bocetar lo pedido, estipulado, entregado por redacción para elaborar esa página.

i) Una vez hecha la página se imprime un dumi (copia versión escala) de la página para una última revisión a modo general donde, se revisan fecha, fotos y pies de foto, separaciones silábicas, así como ver si las notas terminan en punto, entre otros aspectos.

j) La página revisada y autorizada se manda a pre-prensa, que puede ser impresión directa en negativos, o imprimir en papel en una impresora láser y después foto copiar sobre negativo y revelarlos.

k) Después de pre-prensa se pasan a fotomecánica donde se montan los negativos en pliegos de papel mandarina y se pasa todo lo montado a un proceso de quemado sobre placas que representan un positivo de la misma página.

l) Las placas ya listas se montan sobre los rodillos de una prensa rotativa de sistema "offset" de impresión (así se la llama a toda prensa que aprovecha el fenómeno de emulsión para imprimir sobre cualquier superficie, en este caso sobre papel periódico) y se procede a imprimir el periódico.

m) Después de impreso el periódico se compagina y se juntan las secciones impresas en un solo volumen que viene siendo el producto final.

n) Finalmente el periódico se distribuye para su venta o se entrega a los suscriptores y principales instituciones y organismos.⁷ (Ver anexos 2) -

7.-Entrevista a Marco Polo Gutiérrez Ruelas, Director de tecnología del periódico Cambio Sonora.

1.3.3.- DEPARTAMENTO DE REDACCIÓN

En el departamento de redacción se edita, la información que los reporteros recopilan en el transcurso del día. Así como también se redacta, corrige y escogen las notas para su salida en la edición del próximo día.

Esta área se subdivide como ya se mencionó, en Edición o Esquemación y Corrección. Para el proceso, tanto de edición como corrección, se manejan paquetes de computadora, que son sobre todo procesadores de texto, como una herramienta que permite más maniobrabilidad, rapidez y reduce los márgenes de error. En el caso nuestro, se utiliza el paquete Microsoft Word.

El área de Edición se encarga de escoger las notas, para así plasmarlas en un esquema a escala que indica los parámetros y espacios que el periódico tiene para poder indicar estas mismas notas dentro de las páginas del periódico.

Tras el proceso de edición y esquemación, se continúa la producción, pasando los esquemas e información al área de corrección (ortográfica de estilo).

En corrección se rectifican cada una de las notas que entrarán dentro de las páginas del periódico que saldrán al siguiente día.

Tras el producto del cual se deriva el resultado de las áreas de edición y corrección, se procede a pasar esquemas, texto y fotos al departamento de diseño y formación.

1.3.4.- DEPARTAMENTO DE DISEÑO EDITORIAL

La función de este departamento es esencialmente la distribución gráfica de los textos, fotos, gráficos e ilustraciones que conforma cada página.

En el caso de la empresa, se utiliza el método de formación y diseño digital, utilizando paquetes como los programas Adobe Photoshop 4.0.1, para arreglo y corrección de fotografías y Quark Xpress 3.12 como programa maquetador, formando con ambos, un ambiente editorial, virtual digital que permite al diseñador y formador, trabajar con más limpieza, eficiencia y rapidez. Como un apoyo para diseñar tablas e ilustraciones se utilizan los programas Micromedia Free Hand 8 y Adobe Illustrator 8.0.

En este departamento, al igual que el anterior, en el proceso se divide en las áreas de Formación (únicamente) y Diseño Editorial.

En el área de Formación, se distribuyen las notas, fotográficas y gráficos de los interiores del periódico, por lo general en blanco y negro.

En el área de Diseño Editorial, al igual que en el área de formación, se distribuyen textos y gráficos, pero con más detalle y atención, además de trabajos con color dentro de sus páginas asignadas, que son las principales o de más vista en el periódico, como son Portadas, Centrales y Contraportadas. Se puede decir que es la parte más artística en el proceso de elaboración del producto.

El resultado del trabajo terminado de estas dos áreas, termina tras el proceso de impresión en negativos de las páginas del diario, las cuales pasan después para ser maquiladas a fotomecánica, donde preparan la compaginación y quema las placas a positivo para la prensa (offset) que imprime el producto en sí.

Cambio

Cambio

Cambio

Cambio

Cambio

Cambio