

EL PLAN DE TESIS DE PRODUCCIÓN

LA DELIMITACIÓN DE LOS OBJETIVOS

Por **Adela Ruiz** y **Pablo Marco**

<https://orcid.org/0000-0002-2873-006X> | <https://orcid.org/0000-0002-9618-8065>

Todo proceso de producción editorial supone la concreción de una serie de pasos que deben ser realizados a fin de alcanzar el producto comunicacional que, según el caso, se ha decidido elaborar (libro, manual, revista, periódico, suplemento, etcétera).

El cumplimiento de estas etapas, y la realización de las actividades que implica cada una de ellas, es lo que permitirá satisfacer la necesidad comunicacional detectada o contribuir a la solución de un problema comunicacional específico, mediante la producción del material editorial que resulte más conveniente.

En el Plan de Tesis, la **planificación de este proceso productivo** debe estar reflejada en la formulación del objetivo general y de los objetivos específicos.

El objetivo general

Este objetivo debe sintetizar las características del producto comunicacional que se propone elaborar, o que se pretende reformular, y dar cuenta de la finalidad que motiva su realización o su replanteo.

En su formulación se debe indicar:

- tipo de producto (libro, manual, revista, periódico, suplemento);
- periodicidad (semanal, quincenal, mensual, de tirada única);
- temática o naturaleza del contenido (académica, técnica, institucional, cultural, de información general, deportiva, etc.);
- ámbito de circulación (venta en kioscos, distribución en bares, en un barrio) o inscripción institucional (para un centro cultural, una ONG, un organismo público o privado, etc.);
- necesidad o fundamentación comunicacional que motiva y que justifica su producción o su reformulación.

El carácter integrador de este objetivo determina que los verbos más usuales en su redacción sean: *planificar, producir, realizar, elaborar o editar* (este último, para el caso específico de los libros).



Los objetivos específicos

Estos objetivos deben orientarse a desarrollar la secuencia de etapas que comprende el proceso productivo y a detallar las principales actividades a realizar en cada instancia. Dichas etapas remiten a tres grandes momentos: el *diagnóstico*, la *investigación* y la *producción*.¹

Los objetivos vinculados a la **instancia de diagnóstico** deben construirse en función de la necesidad de efectuar relevamientos que comprenden:

- la caracterización del **ámbito de circulación** previsto y del público al que se prevé dirigir el producto (especialmente, en publicaciones que buscan insertarse en el mercado editorial o introducirse en un determinado espacio de circulación);
- la caracterización de la **institución / organismo / empresa** en la que se inscribe el producto y del público específico al que se dirige (en el caso de publicaciones que se enmarcan dentro de la estrategia comunicacional de una determinada organización, empresa u organismo);
- el relevamiento y el análisis de **productos similares y en competencia** (en los casos en los que se propone el lanzamiento de una nueva publicación);
- la caracterización y el análisis del **mismo producto** (en el caso de procesos que buscan reformular o replantear una publicación ya existente);
- la **necesidad** o la **fundamentación comunicacional** que motiva y que justifica su producción o reformulación.

Aunque no es imprescindible formularlo como un objetivo independiente, en esta etapa es preciso establecer el **modo de financiamiento** que se prevé para el producto, sea este pago o gratuito (porque estará a cargo de la institución que lo solicita, porque será solventado por anunciantes, etc.).

Una idea aproximada de los recursos económicos de los que se dispone, o que son factibles de obtener para el financiamiento de la publicación, permitirá establecer los costos que es posible afrontar en su producción y condicionará, en consecuencia, muchas de las decisiones que se tomen en la tercera etapa (tirada, formato, periodicidad, tipo de papel, cantidad de páginas y de tintas, etc.).

La importancia que reviste este diagnóstico para la totalidad del proceso de producción determina que en muchos casos se encuentre relativamente resuelto cuando se presenta el Plan de Tesis, puesto que la información que aporta permite establecer tanto la viabilidad como la pertinencia del proyecto propuesto.

El o los objetivos referentes a la **instancia de investigación** deben plantearse considerando la necesidad de indagar en el campo de conocimiento o en la temática sobre la que versará la publicación, atendiendo para esto a los alcances y limitaciones propios del formato (las características que asuma esta tarea estarán relacionadas con el enfoque, la profundidad y el modo de procesamiento de la información según se trate de un libro, un manual, una revista, un suplemento periódico, etc.).

¹ Si bien en los procesos reales a esta etapa se suma la de **evaluación**, en el caso de una tesis no suele contemplarse puesto que el trabajo consiste en la producción del número cero de la publicación en cuestión y finaliza con la impresión de una cantidad reducida de ejemplares.

Los objetivos relacionados con la **instancia de producción**, en tanto, deben plantearse teniendo en cuenta que la edición de una publicación requiere de la realización de las siguientes actividades:

- definición de las **características físicas** del producto
(formato, cantidad de páginas, tipo de papel, cantidad de tintas, etc.);
- delimitación de la **estructura** de organización interna
(nombre y tipo de contenido a incluir en las secciones, los espacios de información o los capítulos en que se organice el producto);
- establecimiento de los **géneros** a utilizar
(especialmente en el caso de revistas, diarios o suplementos);
- **diseño de la maqueta**
(tipografías, extensión y cantidad de caracteres de textos y títulos, relación texto-imagen, etc.);
- **búsqueda de información**, consulta de fuentes y gestión de las imágenes
(esto último incluye: dibujos, fotografías, gráficos, etc.);
- **redacción de los textos** que se incluirán en el número cero de la publicación;
- propuesta de contenidos para los **números siguientes**
(especialmente, para el caso de publicaciones periódicas);
- **diagramación** de los textos y de las imágenes;
- **corrección** de pruebas;
- **impresión**.

La clara delimitación de esta secuencia de actividades no solo permite plantear con precisión los objetivos que guiarán la realización de la tesis, sino que actúa como orientación tanto para la formulación de las etapas que comprenderá el **Plan de trabajo**, como para la delimitación *real* de los tiempos que se asignará a cada una de estas actividades en el **cronograma**.

Por último, no debe perderse de vista que al tratarse de un proceso de producción gráfica que se realiza en el marco de una tesis de grado, es necesario contemplar el tiempo que insumirá la redacción de la **memoria de trabajo** que acompañará la presentación del producto en cuestión.

CITA SUGERIDA

Ruiz, A. y Marco, P. (2011). El plan de tesis de producción. La delimitación de los objetivos [Apunte de cátedra]. La Plata, Argentina: Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.