Enviar una revista a la imprenta

Gustavo Sánchez Muñoz

(Abril de 2014)

Enviar los archivos a la imprenta es un trabajo que todo diseñador gráfico o maquetador tiene que hacer antes o después. No es una tarea particularmente compleja pero requiere cierta atención al detalle y una mínima planificación previa.

Una vez establecido el método, el único secreto consiste en seguirlo a rajatabla y no reinventar nada sobre la marcha. No queremos que sea una tarea *interesante.*

Ir directamente a los procedimientos: Lo que viene a continuación es una explicación genérica sobre los procedimientos y su razón de ser. Si prefieres saltártela, puedes ir directamente a:

- Cómo enviar a la imprenta una revista hecha en InDesign en forma de PDF/X
- Cómo enviar una revista a la imprenta con los archivos de InDesign

Los métodos disponibles

Hay muchas maneras posibles de enviar el material a la imprenta. Elegir el método depende de las necesidades del trabajo en si y de los participantes. Por eso, lo usual es haber acordado antes con la imprenta la forma en la que prefieren recibirlo.

1. Periodicidad de los envíos

Los archivos que forma un trabajo de diseño se pueden enviar a la imprenta de uno en uno, por lotes o de una sola vez, según se haya acordado.

En varios envíos, ‘según se va teniendo’

Los envíos al por menor (de uno en uno o en lotes pequeños) suelen ser habituales en sistemas de trabajo muy establecidos. Probablemente, la imprenta tendrá un servidor FTP para los envíos de los clientes, un sistema de recepción de archivos digitales automatizados —una cuenta empresarial de Dropbox, Google Drive o similares, por ejemplo—, o simplemente tendrá una cuenta de correo con bastante capacidad. Además, habrá recibido y acordado con el cliente un planillo con el número de páginas y pliegos, de forma que podrá ir recibiendo las páginas o lotes de páginas para irlos acoplando a dicho planillo.

- **Ventajas**

  Se optimiza el tiempo. No tiene sentido tener parte del trabajo terminado enfriándose en un cajón a la espera de terminar el resto. Lo que se va acabando se va enviando para que la imprenta lo vaya procesando. Hay que tener en cuenta que entre que el cliente termina su trabajo y la tinta empieza a manchar el papel hay una serie de trabajos intermedios que necesitan un tiempo. Estos sistemas acortan al máximo los tiempos de espera, por eso son los más usuales en las revistas profesionales con cierres ajustados, publicidad y una tirada razonable, por ejemplo. No es posible hacer un periódico o revista mínimamente ‘grande’ si no es así.

- **Inconvenientes**

  La comunicación entre cliente e imprenta debe ser constante, precisa y fluida. Cualquier cambio durante el proceso de elaboración afectará a materiales ya enviados que habrá que volver a enviar. El proceso de control de correcciones y versiones de artículos debe ser muy estricto.

En un solo envío

Este tipo de envíos se ajusta más a un trabajo ‘reposado’ en comparación con el mundo de la prensa. Probablemente será algo parecido a un libro ilustrado —una guía de viajes, la memoria de una fundación o una empresa, por ejemplo—.

Los métodos de envíos serán también digitales y deben acompañarse de algún planillo o ‘mono’ que deje claro el montaje del conjunto (un PDF entero, por ejemplo). La idea es que el trabajo se pueda procesar sin mucha comunicación

entre el cliente y la imprenta.

- **Ventajas**

  Las correcciones de lo enviado a la imprenta deberían ser mínimas o inexistentes. Se supone que el cliente ha sido capaz de revisar el trabajo por completo y de forma exhaustiva. Eso no excluye la posibilidad de recibir pruebas —siempre que se hayan acordado y pagado—. El ahorro de costes en este apartado debería ser importante: igual que la presencia de dichos errores.

- **Inconvenientes**

  El tiempo entre la entrega del material y la terminación del proyecto se alargará bastante en comparación con el otro sistema.

2. El formato de los envíos

Entramos en terreno tradicionalmente ‘espinoso’. La empresa y el cliente pueden acordar el envío de materiales en formatos y modalidades muy distintos. Nunca hay que dar por hecho nada y saber qué tipo de archivos prefiere recibir una imprenta es para el cliente una buena forma de saber con qué tipo de empresa está tratando.

- **Archivos nativos**

  El anglicismo ‘archivos nativos’ quiere decir ‘los archivos originales del programa en el que se creó el trabajo. Esta era la costumbre hace años, cuando los preimpresores juraban por EPS y Freehand regía el mundo. Pero la evolución no hace prisioneros.

Una cosa es que la imprenta sea muy capaz y no le importe recibir archivos nativos hechos con los programas de artes gráficas más habituales. Si al cliente eso le viene bien, perfecto. De hecho, esa disponibilidad es en principio una buena señal. Pero sólo hay dos motivos por lo que tiene sentido que un servicio de preimpresión pida al cliente los trabajos en 'archivos nativos':

- **Hay que rematar o tocar el trabajo**

  Ésta es la única razón sensata y debe haberse acordado antes. Supongamos que el cliente no tiene la capacidad de preparar las imágenes de alta resolución de un trabajo y acuerda colocar versiones de baja resolución o sin procesar para que la preimpresión las trabaje. En ese caso es mejor enviar los archivos originales y no PDF, que serían más complejos de retocar, aunque no es imposible. Es engorroso —habrá más pruebas y más correcciones— y caro, pero es un método.

  También puede ser que la imprenta y preimpresión tenga la costumbre sistemática de tocar el trabajo de los clientes, que con cierta condescendencia no se fíe de lo que los clientes envían… Si es así, conviene tratar el tema y que cada uno valore sus decisiones.

- **Los métodos, trabajadores y herramientas no están al día**

  La imprenta no está al día o es una empresa muy pequeña y limitada: No sabe tratar PDF, sus máquinas no aceptan las versiones más actualizadas de este formato, sus trabajadores no tienen la formación necesaria… Mantienen usos y costumbres desde hace años que han quedado anticuados. Si la imprenta nos pide que le enviemos las páginas de una revista como JPEG o nos diga que la va a convertir en TIFF o si surge la pregunta de si el PDF/X que el hemos enviado no se lo podemos enviar en Freehand o Corel, o si nos piden que les hagamos las separaciones, por ejemplo… Son señales para cuestionarse seguir trabajando con esa empresa.

- **Archivos de InDesign**

Éste es un caso concreto de envío con archivos nativos que es el único que voy a explicar en detalle en otra página, como he hecho en el caso de los archivos PDF/X. Pero ya te avanzo que no se envían sólo los archivos de InDesign, ya que este método obliga a enviar *todos* los archivos vinculados, incluidas las fuentes usadas.

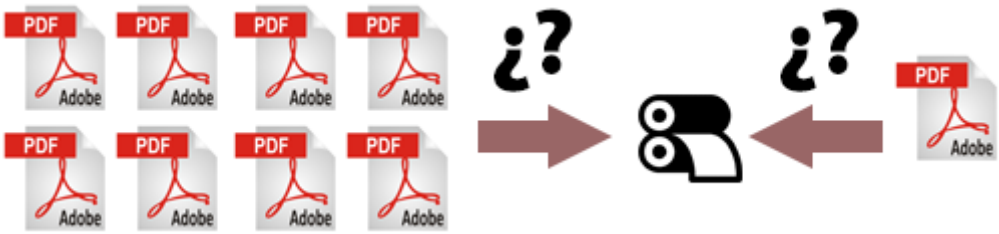
Advertencia antes de preparar el envío: ¡Nunca envíes nada que no hayas comprobado antes!

- **PDF**

Ésta es la opción preferente. Lo más usual es que una empresa seria sea capaz de recibir los archivos en alguna forma de PDF/X —un estándar del formato PDF ideado para imprimir—. Con las versiones actuales de los programas profesionales —especialmente con los de la firma Adobe— es bastante sencillo hacerlo. En otra página echamos un vistazo a las opciones sobre cómo hacerlo con InDesign y con algunos otros programas de la Suite, como Photoshop o Illustrator.

Una de las ventajas de usar PDF/X como formato final, por cierto, es que no tenemos que centrar en un solo programa en la elaboración final del trabajo: Cualquier programa capaz de hacer el PDF/X con las especificaciones acordadas servirá.

¿Todo junto en un PDF multipágina o un PDF por cada página?



Muchos servicios de imprenta prefieren recibir las páginas sueltas, en forma de PDF monopágina. El hecho es que fragmentar un PDF multipágina en PDF individuales es una tarea sencilla que lleva muy poco tiempo y las últimas versiones de Adobe InDesign ya permiten crear los archivos monopágina de nombre secuencial directamente al exportar a PDF.

Te sugiero que sigas leyendo “Cómo enviar a la imprenta una revista hecha en InDesign en forma de PDF/X” o “Cómo enviar una revista a la imprenta con los archivos de InDesign”.