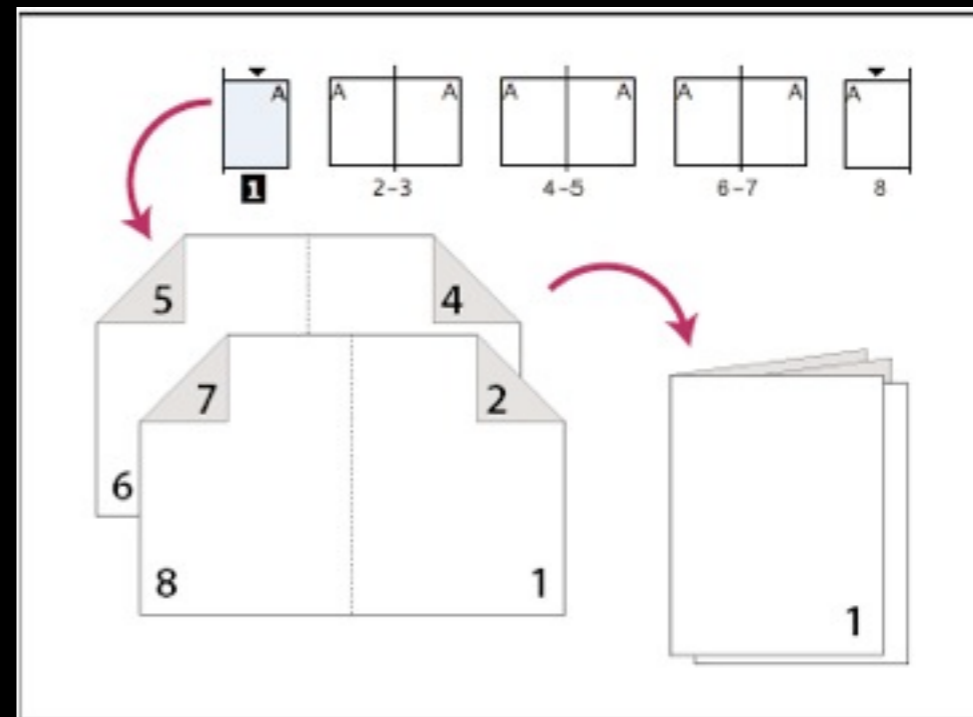


Revistas impresas

Términos clave: Pauta, machote. Formatos, papeles, gramajes, acabados.
El esquema comercial: cómo cotizar, avisos, publrreportajes.

Términos clave

- **Pauta:** no se trata de la publicidad sino de la maqueta de cuartillas que tendrá la publicación, sobre ella se asignan secciones y avisos. Se debe elaborar a partir de múltiplos de 4.



Términos clave

- **Machote:** o “dummy” es un prototipo final de la revista. Se utiliza para mostrar cuál será el aspecto final de una publicación en cuanto a dimensiones, diseño y composición final.
- **Formato:** se refiere al tamaño del pliego.
- **Gramaje:** hace referencia al grosor o cuerpo del papel.

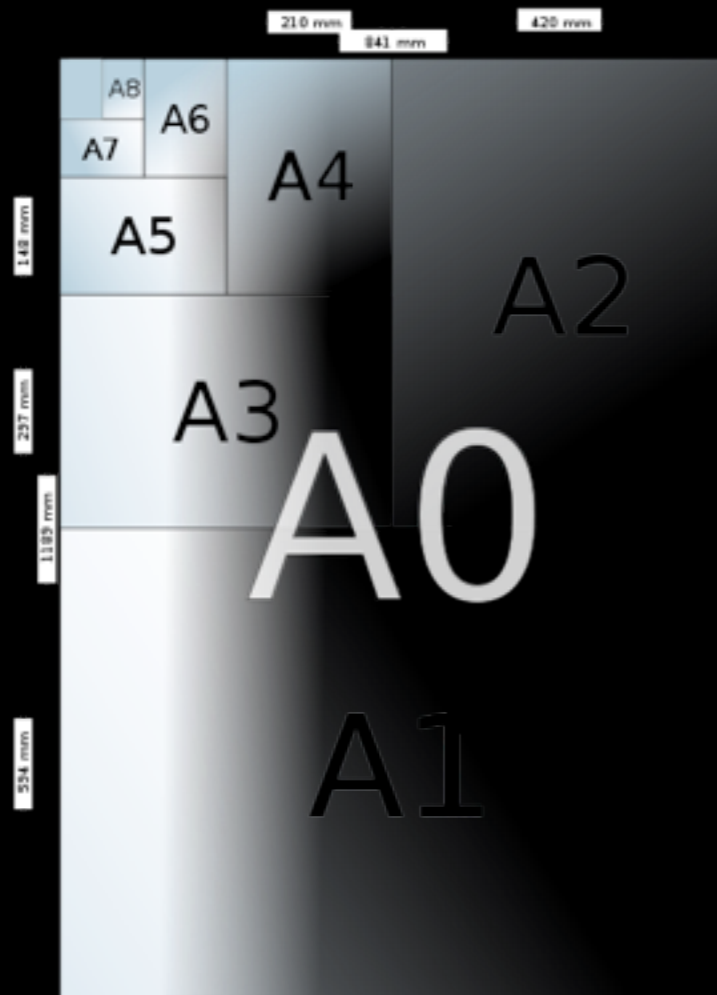
Formatos

- Los tamaños de papel en la mayor parte del mundo están basados en el formato del año de 1922.
- Este estándar fue desarrollado por el ingeniero Berlínés Dr. Walter Porstmann.

FORMATO

- Usualmente el tamaño del papel viene dado por el tamaño del producto final que se quiere obtener y el tamaño de las máquinas impresoras.

FORMATOS



NOMBRE	TAMAÑO MM
A0	Ancho: 841 Alto: 1189
A1	Ancho: 594 Alto: 841
A2	Ancho: 420 Alto: 594
A3	Ancho: 297 Alto: 420
A4	Ancho: 210 Alto: 297
A5	Ancho: 148 Alto: 210
A6	Ancho: 105 Alto: 148
A7	Ancho: 74 Alto: 105
A8	Ancho: 52 Alto: 74
A9	Ancho: 37 Alto: 52
A10	Ancho: 26 Alto: 37

Papeles

- Son el sustrato sobre el cual se hace tangible la publicación.
- Hay que tener en cuenta algunas características como la humedad, la orientación de la fibra, la opacidad, la resistencia.

Papeles

- Se trabajan en gramajes diferentes. Entre 50 y 90 gramos se pueden usar para impresión.
- Entre 100 y 320 gramos son cartulinas y papeles de calidad superior para impresión.

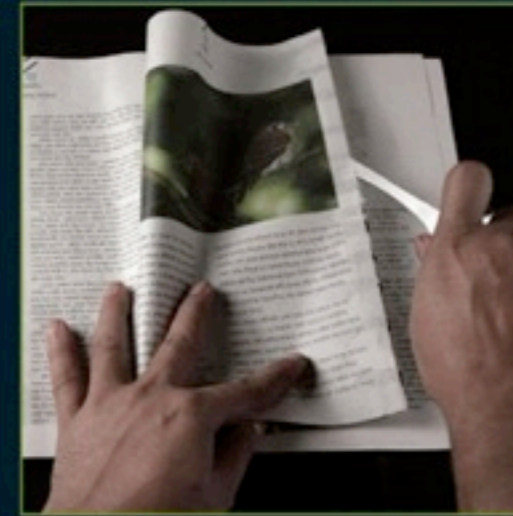
Papeles

- **Papel Reciclable:** son papeles que se pueden usar en procesos de reciclado.
- **Papel reciclado:** el que se hace a partir de un proceso de reciclaje. Fue dado a conocer en los 60 por grupos de ecologistas.
- **Papeles respetuosos con el medio ambiente en sus procesos.**

Un caso

Una ejecución interesante de responsabilidad social por parte de una revista en la India, quienes conscientes de la necesidad dentro de su nicho de utilizar papel reciclado o certificado, ejecutaron esta acción.

En el interior de la revista dejaron dos páginas unidas, como suele suceder por accidente o defecto de corte en muchas publicaciones. El instinto natural del lector es tomar cualquier objeto con filo y cortar. Una vez que lo ha hecho, las páginas “capturadas” en el interior muestran una docena de árboles, rotos por el corte, y la leyenda: Cada segundo, 12 árboles son cortados para manufacturar papel. Recicla.



Objective

The paper industry is heavily dependent on trees. Our aim was to spread awareness about the necessity of recycling paper to stop deforestation.

Magazine Innovation

The reader of the magazine comes across two pages that are joined together at the ends. As a natural instinct, the reader cuts or tears the pages apart to read what is inside. He finds that 'chopping' the pages apart has resulted in 'chopping' the trees that are pictured inside. Alongside the 'chopped' trees is the message:

'Every second 12 trees are cut to manufacture paper.' Recycle paper.

Result

The very act of cutting the page drove the message home to the readers of this widely distributed magazine.

Tintas especiales

- Son aquellas resultado de la combinación de más de cuatro tintas.
- Permiten potenciar el diseño.
- Algunas son las metalizadas o fluorescentes.

Impresión

- Máquina plana: de impresión de pliegos. Off set. Equilibrio volumen y costos.
- Rotativa: de impresión en bobinas. Off set. Alto volumen y costos reducidos.
- Digital: impresión directa de un archivo digital al papel por medio de un toner. Bajo volumen y tiempos de entrega cortos.

Acabados

- Plegados, grapados o cocidos (rústica o caballete), laminados mate o brillante (a partir de una capa de plástico que se le añade), grabados o altorelieves, troqueles (o cortados a partir de moldes), uv.

Cómo cotizar un medio impreso

Variables que definen cuánto vale hacer
la revista que queremos.

El equipo de trabajo

- Un editor
- Periodistas
- Diseñadores e ilustradores
- Fotógrafos
- Un comercializador si se estila que sea una persona del equipo interno.
- Un gerente o un administrador.

Los factores de producción

- Formato o tamaño
- Tinta: 1, 2, 4
- Papel (calidad y características)
- Cantidad
- Tiraje
- Encuadernación
- Acabados especiales
- Troqueles
- Características portada y páginas interiores
- Plegado

Los factores de producción

- Finalización de archivos
(servicios de preprensa)
- Envío por correo
- Bolsa plástica
- Base de datos
- Personalización

La comercialización

- Una vez establecidos los costos de la publicación se divide esto por el 30% que es el porcentaje de publicidad máximo y de ahí saco el valor neto de la página y a esto le sumo el margen de ganancia y lo que me cobra el comercializador (porcentaje). El resultado es el valor bruto de la página comercialmente.

Avisos

- Son los espacios comerciales a “vender” en la revista.
- Los tamaños más populares son doble página, página y media página.
- El valor depende del tipo de publicación, su tiraje, el target al que va dirigido, el prestigio y la ubicación del aviso en la revista.

Publi reportajes

- También son llamados informes comerciales.
- Es como si se “patrocinara” un artículo.
- Por lo general dan a conocer una empresa, sus servicios o sus productos, también sus logros.
- Hay varias fórmulas, los entregan las agencias o se hacen en la redacción.

La comercialización

- Al tener la tarifa bruta es importante conocer las tarifas del mercado, de la competencia y también los descuentos que se pueden hacer.

Cómo obtener el éxito haciendo revistas

Fórmulas para explorar salidas.

Refrescar el mercado

- Hay muchas revistas, pero no todas están hechas.
- Cuál es la revista que quisiéramos leer y no encontramos?
- De las revistas que nos gustan, qué no nos gusta?
- Pensar en un tema, en un aspecto de la vida, en área del conocimiento y traducirlo en términos periodísticos.

Refrescar el mercado

- Pensar en un público, en un nicho, en un segmento de la población potencial que estaría dispuesto a “consumir” esa información.
- Pensar en un formato, en un tamaño, en un modelo novedoso o que atienda una necesidad.
- Mirar tendencias en el mundo, aterrizarlas en nuestro medio.

Refrescar el mercado

- Pensar en un público, en un nicho, en un segmento de la población potencial que estaría dispuesto a “consumir” esa información.
- Pensar en un formato, en un tamaño, en un modelo novedoso o que atienda una necesidad.
- Mirar tendencias en el mundo, aterrizarlas en nuestro medio.

Ser los mejores periodistas

- Plantear cada tema como un reto de investigación.
- Olfatear nuevos temas y no tragarse enteros los temas de todos los días.
- Buscar fuentes, aquí y allá, reales y virtuales, buscar trabajos anteriores, lecturas de apoyo, ir a la red pero salir de ella. Conversar con los colegas para ampliar directorios de fuentes.

Ser los mejores periodistas

- Pensar los temas de cara al lector, qué quiere saber, qué le gusta encontrarse, qué cosas lo sorprenden.
- Ser prácticos en el trabajo, aprender a abrir y sobre todo a cerrar. Cerrar puede abrir otros caminos.
- No creerse el mejor, así lo sea.

Ser un buen editor, si tienes la oportunidad

- Pensar global, actual con foco.
- Pensar los temas y traducirlos.
- Pensar narrativa y gráficamente.
- Conducir el equipo como un grupo de amigos, pero no perder la batuta.
- Ser práctico, ayudarle a abrir y a cerrar a los otros.

Ser un buen editor, si tienes la oportunidad

- Conocer mucho: la competencia, tener referentes, ver los aciertos y desaciertos de los demás, saber compararse para crecer.
- No dejar de ser reportero, no cambiar la calle por la oficina, no perder el asombro ni la capacidad de preguntarse todo.

Nunca falla

- Ser periodistas que conozcan y apliquen todos los géneros periodísticos, desde los grandes y más reconocidos géneros: reportajes, hasta los microgéneros: sube y baja, vox pop, reseñas.
- Ser muy informativos, pero a la vez muy creativos. No se trata de hacer literatura, pero sí un periodismo narrativo.

Algunos buenos periodistas

- Juan Pablo Meneses

<http://www.soho.com.co/especial/articulo/los-modelos-mas-feos-del-mundo/6865>

- Martín Caparrós

http://www.elpais.com/articulo/internacional/muerte/politico/elpepiint/20101028elpepiint_3/Tes

- Eduardo Arias

<http://www.soho.com.co/arsenal/articulo/lideritis-aguda/10731>

- Alma Guillermoprieto

<http://prodavinci.com/2011/02/01/muerte-al-arzobispo/>

- Gustavo Gómez

<http://www.soho.com.co/miembro-de-numero/articulo/20-definiciones-del-abecedario-popular/11679>