

¿QUÉ TEMAS ABORDA UN DIARIO?

Impresos

Los temas que aborda un diario son de la actualidad cotidiana, para el análisis de cuestiones sociales relevantes, como también contenido de interés general.

Las secciones de los periódicos articulan las noticias más relevantes para ofrecer al lector un resumen de la actualidad desde el punto de vista de la investigación, análisis y contextualización

Estas secciones pueden ser:

- Internacional
- Nacional
- Local

Digital

El periodismo digital llamado también ciberperiodismo, su entorno está desarrollado en internet y cuyos medios son de índole digital (multimedial).

Público Objetivo

El público objetivo de los periódicos son todas aquellas personas que quieran informarse de acontecimientos ocurridos tanto de forma local, regional o nacional. Desde siempre su target fueron los jóvenes adultos y adultos, pero con el surgimiento de la era digital se fueron segmentando a los diarios impresos a personas adultas y el digital para jóvenes y adultos que estén familiarizados con la tecnología. Igualmente la gente mayor prefiere el impreso muchas veces por temas de cultura o se sienten más cómodos leyendo papel.



Diferencias entre lo digital e impreso

Diario en papel

- Se edita y actualiza cada 24 horas
- Puede adquirirse en quioscos de revistas, bares o recibirlo en nuestro propio hogar
- Tiene un costo que varía de acuerdo con la publicación, el día de la semana, el área de influencia, los gastos de envío, etc
- Su lector ideal está bien identificado y pertenece a un grupo grande de personas
- Tiene publicidad fija y en una cantidad limitada
- Gráficamente, se trata de texto e imágenes estáticas
- El lector no puede participar directamente de la edición ni realizar cambios luego de la publicación
- Se puede acceder a ediciones anteriores acudiendo a la editorial, pero la búsqueda es compleja y no garantiza su existencia

Diario en digital

- Se edita y publica permanentemente
- Se puede leer instantáneamente desde cualquier dispositivo electrónico con acceso a Internet, empezando por los celulares.
- Es gratuito, excepto la versión premium o de asociados.
- Su lector ideal es difícil de definir, posee segmentos dedicados a pequeños grupos con distintos intereses
- Gráficamente, consiste en variados recursos multimedia e hipertextuales
- Los lectores pueden participar de la adición colaborando con material e información, y luego comentar sin mediación sobre las noticias con su usuario de redes sociales.
- Se puede acceder a ediciones anteriores de manera práctica y sin salir del sitio. También permite buscar por tema, fecha, etc.
- Los soportes digitales tienen un costo considerable y su uso no está generalizado en algunos ámbitos.
- La rapidez también es una característica propia de este medio, tanto en la lectura como en la edición de la información.
- La red permite la inclusión texto, sonido e imágenes facilitando al usuario la lectura y comprensión de la noticia.

Publicidad

Periódicos digitales

Es aquella que aparece en medios de noticias online generalmente mediante banners o publicidad nativa. En este campo, las posibilidades de la publicidad programática son enormes ya que el sector de las noticias abarca innumerables ámbitos: política, deporte, nutrición, videojuegos, etcétera. Por ello, la segmentación de la programática es muy efectiva: encuentras a tu audiencia de manera más eficiente que en otros medios.

El formato de prensa web es universal, y los periódicos nacionales y locales han experimentado un cambio digitalizando y ganando visibilidad. Puedes aprovechar esto no solo para segmentar localmente al objetivo ideal sino porque muchos usuarios acceden directamente a noticias desde búsquedas en navegadores y el SEO beneficia a los medios al posicionarse. El tráfico que generan estos periódicos es enorme, por lo que anunciarse en webs de noticias es muy interesante para dar a conocer tu marca y tu producto.

También ofrecen una amplia variedad de opciones publicitarias, incluyendo *anuncios en banners*, anuncios de vídeo y anuncios nativos.

Otro aspecto importante de la publicidad en periódicos digitales es su capacidad de medición y seguimiento. Las empresas pueden rastrear y medir la efectividad de sus campañas publicitarias de forma instantánea, lo que les permite ajustar su enfoque y optimizar sus campañas para lograr los mejores resultados posibles.



Publicidad

Periódicos impresos

Las empresas que se quieran anunciar pueden comprar diferentes tipos de tamaños de espacios publicitarios de anuncios con fotografías, ilustraciones y gráficos en tamaño hasta una página completa o incluso una doble página.

Hay que nombrar también la clasificación de los periódicos según su tamaño de imprenta, donde encontramos dos: el tamaño **estándar** y **el tabloide**. El primero de ellos se compone de ocho columnas de 800 líneas, aproximadamente. El tabloide, en cambio, tiene un formato compuesto por cinco columnas y de 200 líneas.

Estos tienen gran credibilidad entre los lectores por lo que la publicidad sale favorecida ante esta característica. Asimismo, comprende una reducida calidad y un bajo coste. Cabe destacar la permanencia de la publicidad y la bajada del precio debido al auge de los diarios digitales.

Las páginas se dividen por módulos, en un total de **40 «módulos»**, 8 de alto y 5 de ancho. Los formatos que se pueden adquirir son:

Una página: Las páginas impares son más valoradas.



Columna: la columna no es muy común encontrársela. Esta se cobra por módulos, y no hay tarifas especiales por columnas.

Doble página: Página par e impar seguidas; también se pueden contratar dos páginas separadas (5 y 7).



Faldón o pie de página: Suelen ser de dos o tres módulos de alto, y todo el ancho de la página, se ubica en la parte inferior.



Encartes: Es una hoja o conjunto de hojas publicitarias que se insertan en el periódico. El encarte es un recurso publicitario que se fundamenta en sobresalir del resto de la publicación por medio del uso de un formato diferente. Puede constituir una publicación dentro de otra si se concibe como folleto o revista publicitaria con varias páginas. También puede consistir en una hoja suelta o formar parte del periódico.



Robapáginas: Este formato varía según el soporte, puede ocupar hasta 40 módulos, y suelen utilizarse en la parte inferior de la página.



Módulos: Los módulos comprenden distintos cuadros dependiendo del número de módulos. Algunos diarios los tarifican hasta 6.

Función de su periodicidad

Las publicaciones impresas se diferencian en función de su periodicidad

- Diario
- Periódico semanal
- Periódico quincenal
- Periódico mensual
- Periódico semestral
- Periódico matutino
- Periódico vespertino
- Periódico generalista
- Periódico especializado
- Periódico nacional
- Periódico regional
- Periódico local



Periódico semanal



Periódico especializado

Multimedialidad en lo digital

La multimedialidad facilita la interactividad entre emisor y receptor, algo que hasta ahora ningún medio permitía, ya que eran dirigidos unidireccionalmente: el emisor envía un mensaje que el receptor interpreta, sin la posibilidad de responder. Existen blogs, zonas de comentarios, con críticas y opiniones de usuarios.

Ésta también se encuentra presente gracias a enlaces que permiten viajar por la red, añadiendo contexto y perspectiva histórica a las noticias, remitiéndose a otros textos, nuevas imágenes, vídeos, etc. Todo ello hace que la legibilidad que una página web sea más directa y sencilla que la página de un periódico, es decir, ver elementos de color, movimiento, textos más cortos y una distribución de las distintas secciones más accesible, pues se puede ir a la sección deseada mediante un clic.



Protesta por el cierre de Canal 9
Fabra defiende el cierre

RETIRA ANDRA LAS ENMIENDAS DEL PP
El "grave malentendido" del PP
que a punto estuvo de
modificar la Lomce

0: MOYA | AGENCIAS (2) 2
Los centros que
tendrán que justificar
Las claves de la Lomce

VIDEO

Así asoló el tifón la costa de Filipinas

NO HAY QUE "ALARMARSE DEMASIADO"

Exteriores trata de localizar a 14
españoles en Filipinas

García-Margallo ha declarado que se está tratando de
encontrar a diez turistas y a cuatro residentes que se
encontraban en la zona del tifón.

Video: Buscan a 14 españoles en Filipinas

Caballé, Raphael, Bustamante y
Marta Sánchez protagonizan el
spot de la Lotería de Navidad

18 comentarios



Ventajas

- **Permanencia**, el lector puede pasarlo a otra persona o conservarlo lo que da un valor importante desde el punto de vista publicitario.
- **Imagen**, tradicionalmente este medio se considera cultural ya que además de aportar la noticia, ofrece el comentario, la investigación y la reflexión, lo que provoca credibilidad en la opinión pública.
- **Selectividad geográfica**, la mayoría de los periódicos tienen distribución local, lo que permite segmentar geográficamente los contenidos.
- **Interés del público**, la lectura de este medio es voluntaria lo que representa un esfuerzo diferente del espectador ante otros medios, asimismo el hecho de pagar un importe por su adquisición distingue en forma especial a este medio.
- **Es medible**, existen fuentes que permiten conocer el número de ejemplares vendidos, su distribución y la composición de la audiencia.
- **Inclusión de contenidos multimedia**: se pueden incluir imágenes o videos que acompañen a las noticias y las haga más llamativas.
- **Navegación en el contenido**: Esto permitirá que se pueda tener una navegación en el contenido gracias a diferentes enlaces que irán llevando al lector a conocer otros temas de interés.
- **Interactividad**: esto se refiere a la posibilidad de los usuarios de interactuar con los medios.
- **Inmediatez**: los periódicos digitales se van actualizando de forma frecuente, por lo que una vez que se conoce la noticia estará disponible.

Desventajas

- Se desperdicia mucho papel, pues es bastante utilizado para la publicación constante y masiva de artículos de noticias. Esto se resuelve con la alternativa del periódico digital.
- No hay espacio para noticias en tiempo real, a diferencia del medio digital, donde estamos a un solo clic de enterarnos qué está sucediendo en este preciso momento.
- Existen muchas limitaciones a la hora de dirigirse a una audiencia, ya que es posible que un periódico en particular no esté disponible en todo momento para la audiencia.
- **Dependencia de un dispositivo**: quien no tenga un dispositivo electrónico con una conexión a internet activa no puede acceder a estos medios.
- **Fuentes**: no siempre las fuentes de este tipo de medios son del todo fiables, porque cualquier usuario puede producirla y difundirla, por lo que se puede crear confusión entre los lectores.
- **Publicidad**: algunos de estos medios agregan un exceso de publicidad a sus páginas webs lo que puede saturar al usuario, llegando a ser molesto.

¿Cómo y dónde se venden?

Periódico gratuito

Pueden ser consumidos, tanto en formato impreso, como en formato digital, sin tener que pagar nada por el contenido. El periódico saca beneficios de la publicidad que incluye, pero el lector no debe pagar por leerlo.

Periódico por suscripción

Un periódico por suscripción es aquel en el que el lector, para consumir sus contenidos, debe pagar una membresía, abonada de forma mensual o anual. Es más habitual en periódicos digitales, con una parte del contenido gratuita y otra “premium”, que debe pagarse una suscripción para ser leída.

Periódico de pago

Un periódico de pago es aquel de carácter físico en el que el lector no es que pague una membresía o una suscripción, sino que paga por el diario en sí. Cada vez que lo compra en el quiosco, paga por ese periódico. Un precio que, eso sí, suele ser bajo.

Formato comercial

Papel

Entre los principales formatos se destacan:

- Tabloide: Es el más común y pequeño de todos los formatos. Contiene cinco columnas y está cerrado mide 28 x 43 cm.
- Berlinés: Es más alto y ligeramente más ancho que el tabloide. Cerrado mide 31,5 x 47 cm.
- Sábana: Es el tamaño estándar, el mayor de todos los formatos. Cerrado suele medir 60 x 75 cm.



Digital



¿Qué temas aborda una revista (papel y digital)

Aborda todo tipo de tema en general (entre los tipos de revistas se señalan las especializadas en algún tema en particular: cristianas, juveniles, para niños, para segmentos sociales). Pero las revistas se dividen en el tipo de información que dan:

- Especializadas
- Informativas
- De entretenimiento
- Científicas
- Ilustradas
- Divulgativas

¿Qué diferencias hay en una revista digital con una a papel?

Generalmente, las revistas digitales están basadas en ediciones publicadas en papel. La tecnología utilizada actualmente hace que estas revistas tengan unos diseños atractivos. Además, con este formato se añaden múltiples funciones que ayudan a tener una mayor interacción con los lectores.

Mayor interacción no sólo revista-usuario, sino que usuario-equipo detrás de la revista, a la vez que permite el uso de hipervínculos, animaciones, anuncios cambiantes, edición posterior a la publicación de artículos y una divulgación/alcance global. Se puede tener acceso a estas desde cualquier parte, cualquier momento y cualquier dispositivo.

Publicidad en la revista

Publicitarse en este medio es similar en prensa, menor que en televisión, pero mayor que hacerlo por vías digitales. Aún así, el coste siempre dependerá de la revista y suele ser negociable, además de que el precio de los anuncios varía según su tamaño y posición. Depende del **impacto** que este tenga en el lector, cuanto más alto esté posicionado el anuncio en la página y más grande sea, mayor impacto tiene y, por tanto, más costoso será para el anunciante. Las páginas impares (página de la derecha) tienen también mayor impacto, ya que acostumbramos a empezar a leer libros y revistas por esa página e inconscientemente le **prestamos más atención**.



Tipos de publicidad

- **Anuncios** posibilidad de resaltar la imagen de la marca
- **Encartes** se consigue un mayor impacto en los usuarios
- **Contraportadas** de los mayores impactos en usuarios gracias a su atractivo visual
- **Interior de la portada** lo primero que ves cuando pasas la página, la mayoría de las personas se fijan en los detalles y leen completamente el artículo.
- **Muestras de producto** ofrece a los usuarios la posibilidad de probar el producto antes de informarse más a fondo.
- **Troquelados**
- **Solapas** como muchos lectores las utilizan a modo de marcapáginas, es un medio publicitario constante.
- **Regalos promocionales**



Doble Página de carátula

Falsa carátula media vertical

Doble página de carátula con media solapa



Retira de Carátula con media solapa



Retira de Carátula con solapa entera



Retira de Contracarátula

Retira de Carátula

Contracarátula



Primera doble página con solapa entera

Doble página

Tres páginas consecutivas



Medias verticales enfrentadas

Medias verticales consecutivas

Medias horizontales enfrentadas



Tercio de página

Pasante entre pliegos media vertical

Página impar con media solapa troquelada

Cómo publicitar cupos publicitarios para una revista

- El proyecto de la revista.
- Una presentación breve de la propuesta explicando las cuestiones básicas.
- Una planilla explicando los tamaños y precios de los espacios publicitarios y los formatos de entrega de los diseños.
- Una tarjeta personal de la revista o del encargado de ventas publicitarias.
- El mismo material antes detallado preparado en versión digital para poder ser enviado por mail.

página completa <small>(14 Lin x 18 cm)</small>	
(color)	Página par \$ 400 Página impar \$ 450
(blanco y negro)	Página par \$ 180 Página impar \$ 200
páginas especiales <small>(14 Lin x 18 cm) impresión color</small>	
(Retrato, TAPA, Retrato CONTACTADO) (Página 1)	\$ 550
páginas centrales <small>ambos centrales \$ 1000 el central \$ 550</small>	
media página <small>(7 Lin x 14 cm)</small>	
(color)	Página par \$ 250 Página impar \$ 270
(blanco y negro)	Página par \$ 100 Página impar \$ 120
tercio página <small>(7 Lin x 7 cm)</small>	
(color)	Página par \$ 200 Página impar \$ 220
(blanco y negro)	Página par \$ 75 Página impar \$ 90

¡Nosotros podemos diseñar su publicidad!
(ilustrar, perfilar, creación de logs, diseño de layout profesional)
Consulte por un presupuesto

REVISTA (cada edición)	PRECIO	SITIO WEB (1 trimestre)	PRECIO		
Página COLOR IMPAR	\$ 800	Banner GRANDE	\$ 600		
Página COLOR PAR	\$ 700	Banner MEDIANO	\$ 450		
Media página COLOR IMPAR	\$ 550	Banner CHICO	\$ 300		
Media página COLOR PAR	\$ 400	La oferta día de estado al momento de aprobarla. La primera posición vale el 10% más.			
tercio página COLOR IMPAR	\$ 400				
tercio página COLOR PAR	\$ 350				
Retrato de TAPA COLOR	\$ 950	SITIO WEB (2 trimestres)	PRECIO		
Retrato de CONTRATAPIA COLOR	\$ 950	Banner GRANDE	\$ 1040		
Página 3 COLOR	\$ 950	Banner MEDIANO	\$ 790		
Página Central	\$ 950	Banner CHICO	\$ 500		
Doble Página Central	\$ 1700	La oferta día de estado al momento de aprobarla. La primera posición vale el 10% más.			
Página BLANCO y NEGRO IMPAR	\$ 380			SITIO WEB (3 trimestres)	PRECIO
Página BLANCO y NEGRO PAR	\$ 330			Banner GRANDE	\$ 1600
Media página BLANCO y NEGRO IMPAR	\$ 280	Banner MEDIANO	\$ 1200		
Media página BLANCO y NEGRO PAR	\$ 220	Banner CHICO	\$ 800		
tercio página BLANCO y NEGRO IMPAR	\$ 180	La oferta día de estado al momento de aprobarla. La primera posición vale el 10% más.			
tercio página BLANCO y NEGRO PAR	\$ 160				

- Las ediciones por separado se abonan 50% al contratar el espacio, 50% contratada de la revista.
- Los banners se abonan el 100% al contratar el servicio.
- El pago es en efectivo. Consulte otros formatos de pago (depósito bancario, giro, cheque).

Público objetivo

El público objetivo, como anteriormente planteado, el público objetivo al que una revista apunta se ve estrictamente ligado con la temática que aborda la susodicha. Por ejemplo; si la publicación es una revista sobre autos de carrera para hombres de 18 a 70 años o es una publicación especializada para un segmento en particular, por ejemplo una revista de un grupo musical para chicas de 15 a 20 años.



Tipos de lectores y características



Primarios: Compran el medio.

Secundarios: Pertenecientes al mismo hogar y que leen el medio.

Terciarios: Tienen acceso a un diario o revista en lugares fuera del hogar; consultorios.

Donde se venden

Las revistas se venden en revisterías y kioscos (estos kioscos usualmente suelen vender periódicos y, por ende, alguna que otra revistas). Aquellos puestos en la calle. Las revistas se venden por número de edición y van desde las semanales hasta revistas especiales de colección.

Formato Comercial

Lo más común es imprimir revistas A4 (210x297 mm) o imprimir revistas A5 (148x210 mm), por su mejor aprovechamiento del papel resultan más baratas y sencillas de producir. Otros tamaños de revista muy utilizados son 170 x 240 mm y las revistas cuadradas 210 x 210 mm.