

¿Qué es una revista?

Una revista es una publicación de aparición periódica, a intervalos mayores a un día. Según el tema en el que se enfoque la revista traerá contenidos de interés general para el público específico que lee y mira este tipo de publicaciones. A diferencia de los diarios o periódicos, las revistas ofrecen una segunda y más exhaustiva revisión de sucesos, sea de interés general o sobre temas específicos. En la actualidad se conocen muchos tipos de revistas, las cuales sirven a diversas audiencias desde infantiles hasta adultas. Suelen estar impresas en papel de mejor calidad, con una encuadernación más cuidada y una mayor superficie destinada a la documentación gráfica.



Las revistas se clasifican en:

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



Tipos de lectores:

1^o

Compran el Medio.

2^o

Pertenecen al mismo hogar y leen el medio.

3^o

Tienen acceso a una revista en lugares fuera del hogar, como consultorios.



Características más importantes

La selectividad:

La selectividad: Las revistas atraen a un público muy selecto, de esta manera se puede llegar a un target específico, por lo que puede ser un soporte muy efectivo a la hora de cumplir objetivos, ya que, los lectores suelen estar interesados en el tema de la revista, y si promociona productos o servicios que están estrechamente relacionados con el tema, es probable que pueda llegar a las personas.

Las revistas tienen una larga vida, pueden ser semanales, quincenales, mensuales o con periodos más largos, y su vigencia se extiende hasta la aparición del siguiente número, por lo que pueden guardarse y leerse en varios momentos distintos y por tanto la publicación que contiene tiene la posibilidad de volver a impactar. Esto ofrece a los anunciantes la oportunidad de llegar a una amplia gama de personas de manera rápida con un solo ejemplar y al mismo público interesado varias veces.

La permanencia:

El tiempo y lugar de lectura:

Es uno de los medios que se considera con mayor exposición voluntaria, ya que el lector puede decidir el momento y tiempo de lectura, además, gracias a la facilidad de traslado podemos encontrar este medio prácticamente en cualquier lugar.

La flexibilidad de espacio:

Al ser su principal fuente de ingresos la publicidad, dan mayor facilidad al cliente, a la hora de ubicar y diseñar sus anuncios.

Es medible:

Existen fuentes que permiten conocer el número de tiraje, su distribución y la composición de la audiencia.

La impresión:

La calidad de la reproducción es muy superior a la calidad de los diarios, principalmente por el papel.

Periódica:

Las revistas tienen una publicación variable. Habrá que tener en cuenta esta periodicidad a la hora de contratar la publicidad.

El tamaño de los anuncios:

Generalmente los anuncios de las revistas son más grandes que los del diario. Los formatos pueden ser a medida de página, de página completa o roba páginas (Grandes: 8x4 - Pequeños: 7x3).



Color

Maximus

Maxov
Martín

REVISTAS EN INTERNET:

Esta es una de las opciones desarrolladas por la tecnología y forma parte del nuevo periodismo. Generalmente, este tipo de ediciones están basadas en las publicadas en papel. La tecnología hace que estas revistas tengan diseños atractivos, además, con este formato se añaden múltiples funciones que ayudan a tener una mayor interacción con los lectores.

Diferencia entre publicidad DIGITAL e IMPRESA

in



La publicidad impresa y en línea son dos formas populares de marketing, cada una de las cuales tiene sus pros y sus contras.

Alcance: Un anuncio web puede llegar a clientes de todo el mundo y realizar negocios fuera de su área local. Por otra parte, la distribución de revistas limita el número de clientes a los que pueden llegar los anuncios impresos.

Llegar a clientes específicos: Los anuncios impresos son útiles para hacer publicidad en zonas específicas. Por otro lado, los sitios web registran la ubicación de los usuarios y otros datos personales, lo que podría permitir a las empresas crear anuncios específicos en Internet.

Conectarse con clientes específicos: Los usuarios de Internet suelen pasar sólo unos segundos en una página antes de pasar a otra, lo que dificulta que los anuncios capten su atención, además, pueden instalar un software para bloquear anuncios y evitar que aparezcan en las páginas web. Mientras que las personas pasan varios minutos en cada página de publicidad de las revistas, lo que le da más posibilidades de interactuar con sus clientes e influir en sus decisiones.

Costo: La publicidad online permite a las empresas establecer presupuestos para anuncios, lo que les permite ajustar el gasto en publicidad. Con respecto a los anuncios impresos, un solo anuncio puede costar más; pero estos pueden llegar a cientos de clientes potenciales.

FORMATOS:

Los formatos más comunes para imprimir revistas son A4 y A5. Otros formatos populares son los formatos cuadrados como 210 x 210 mm o 148 x 148 mm. Es posible realizar la impresión tanto en formato horizontal como en apaisado y con encuadernaciones por encolado o grapado.

Los formatos estándares más comunes:

Formato DIN A4: 297 x 210 mm

Formato DIN A5: 210 x 148 mm

Formato DIN A6: 148 x 105 mm

Las revistas utilizan un sistema de módulos o retícula modular, para realizar la configuración de sus páginas. Además de ser una práctica muy cómoda para tener la misma estructura en todas sus páginas, es un sistema para poner precio a los anuncios según el espacio que ocupen.

UNIDAD DE MEDIDA DEL SISTEMA: Módulos.

El costo de una publicidad se calcula según:

- La medida del anuncio:
 - Página completa
 - Media página (Vertical u horizontal)
 - Tercio de página
 - Cuarto de página (Vertical u horizontal)
 - Sexto de página
 - Octavo de página
- Si es:
 - A color
 - En blanco y negro



- **Ubicación:**

- Página derecha
- Página izquierda
- Ambas
- Páginas especiales (Tapa, contratapa, retiro de tapa, retiro de contratapa)
- Páginas centrales

Y en las revistas digitales se calcula según:

- **Si es:**

- Banner grande
- Banner mediano
- Banner chico



CUESTIONES A TENER EN CUENTA:

1. **¿A qué público nos dirigimos y con qué objetivo?** Es la primera y más importante pregunta que debemos hacer. Seguida de ¿qué publicaciones lee este público?, ¿qué tirada tienen dichas publicaciones?, ¿cuál es el costo? Según las respuestas, decidiremos si vale la pena realizar la campaña y en qué revista exactamente.

2. **Logo y marca en un lugar visible.** Nuestro logo tiene que destacar dentro de la composición del anuncio: ya sea por contraste con el fondo, posición, tamaño, etc. También es aconsejable dejar algún dato sobre la empresa, para facilitar una forma de contactarse.

3. **La posición sí es importante.** Muchos publicistas recomiendan salir en las páginas impares, puesto que la vista se dirige primero a ellas. También se aconseja salir al principio o al final de cada sección, ya que esas páginas reciben más atención. Los anuncios a doble página atraen más y generan más lecturas. Un anuncio situado al lado de un artículo que haga referencia a la misma gama de productos obtendrá mayor nivel de lectura.

Conclusión:

Si bien la publicidad digital está ganando popularidad y es excelente para llegar a una amplia audiencia, esta puede ser una competencia. Por lo tanto, si desea que el mensaje llegue a más clientes potenciales sin complicaciones ni ruido, la publicidad en revistas puede ser la solución. Pero, al utilizar ambos tipos de publicidad, las empresas pueden maximizar su exposición y aumentar sus ventas.

Se debe tomar la tarea e investigar cada variable pertinente: estadísticas de circulación, datos demográficos, tarifas publicitarias, el tamaño de los anuncios, etc. Vale la pena invertir en publicidad en revistas, ya que nos ofrece una oportunidad que puede no existir con otras formas de publicidad y, si se aborda correctamente, puede resultar una forma de marketing eficaz.





Milagros Tapia
Delfina Gauchat